



Universidade de Brasília

Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação

Nayara Batista Machado

O sexo sob o controle do discurso das revistas *Época* e *Veja*

Brasília

2013



Universidade de Brasília

Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação

Nayara Batista Machado

O sexo sob o controle do discurso das revistas *Época* e *Veja*

Monografia apresentada à Banca Examinadora da Faculdade de Comunicação como exigência final para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo.

Orientadora: Liliane Maria Macedo Machado

Brasília

2013

O sexo sob o controle do discurso das revistas *Época* e *Veja*

Nayara Batista Machado

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Liliane Maria Macedo Machado

Prof. Dr. Sergio Dayrell Porto

Prof^a. Dr^a. Janara Kalline Leal Lopes de Sousa

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, pela vida.

À minha mãe, Andréa, por me fazer trocar as brincadeiras pelo dever de casa e pelo cuidado em sentar comigo e corrigir página por página, por ter comparecido a todas as minhas reuniões e apresentações escolares e por sempre ter acreditado em mim. Ao meu pai, Marcos, por me mostrar que trabalho e esforço podem mudar o mundo, por me ensinar a fazer sempre o melhor desde o princípio, para não precisar fazer a mesma tarefa duas vezes e pelos gibis da Turma da Mônica responsáveis por despertar em mim o gosto pela leitura. Aos dois, juntos, por terem dedicado 23 anos de suas vidas em meu benefício.

À minha avó Cida, por mais de duas décadas de preocupação com minha alimentação. Ao meu avô Geraldo, que, ao me ensinar a jogar baralho, me ajudou a perceber que a sorte é feita por quem sabe contar as cartas.

Aos ótimos professores que tive ao longo da vida. À orientadora do projeto, Liliane Machado, pela confiança em meu trabalho, paciência, motivação e, principalmente, pela orientação. Aos chefes compreensivos que tive nos últimos quatro anos, por todas as dispensas para minhas viagens de rock e encontros de Comunicação, em especial a Inácio de Almeida, Ary e Cláudio, por todas as conversas inteligentes que muito contribuíram para minha formação.

Aos amigos que acompanharam minha trajetória acadêmica, pelo companheirismo, caronas e, principalmente, por tornarem a vida mais divertida. À querida amiga Mariana, por viver a universidade comigo e pelas tardes de profundas reflexões que deram origem ao meu problema de pesquisa. A Carolina e ao meu grupo de apoio 123salvetodas: Gabriela, Camila, Natália, Samara, Marina e Jacqueline, por todas as aventuras e carnavais.

Agradeço também à professora Janara Sousa e ao professor Sergio Porto pela atenção e pela gentileza em aceitar o convite para participar da banca.

RESUMO

Esta monografia analisa o discurso das revistas semanais de informação geral *Época* e *Veja*, a partir de quatro reportagens publicadas entre setembro de 2012 e abril de 2013. Tendo como referencial a metodologia da escola francesa de análise do discurso, são apontadas as cenografias em que o discurso é construído e as matrizes discursivas, com o objetivo de identificar as tendências do discurso da imprensa brasileira ao falar sobre sexo, bem como as verdades que são reforçadas ou desconstruídas por meio deste. Por ser constituído por recortes da realidade que pretende representar, o discurso jornalístico é uma forma de representação. A análise de revistas semanais de informação geral permite apontar se nesse jornalismo onde se pretende atingir o maior público possível, incluindo aí diferentes idades, etnias, gêneros, classes sociais e ideologias, entre outros, há a ocorrência de um discurso generalista e normalizador. Ao final, identificamos e analisamos as seguintes matrizes discursivas nas reportagens escolhidas: sexo atrelado aos dispositivos de aliança e amor, a felicidade condicionada à satisfação sexual, a aparência como fator importante e uma tentativa de gerenciamento das relações sexuais, além da sexualidade relacionada a questões de classe social.

Palavras chave: sexo, jornalismo em revista, análise do discurso francesa, *Veja*, *Época*.

ABSTRACT

This work analyzes the discourse of weekly news magazines *Época* and *Veja*, from four articles published between September 2012 and April 2013. Taking as reference the methodology of the French school of discourse analysis, it presents the scenery in which the discourse is constructed and the discursive matrices, in order to identify trends of discourse from Brazilian press about sex, and the truths that are reinforced and deconstructed through this speech. The journalistic discourse is a form of representation, because it consists of clippings of reality that seeks to represent. The analysis of weekly news magazines generally allows point is that journalism which aims to reach the widest possible audience, including different ages, ethnicities, genders, social classes and ideologies, among others, is the occurrence of a generalist discourse and normalizing. At the end, we identify and analyze four discursive matrices in the articles: sex linked to devices of alliance and love, happiness conditional on sexual satisfaction, appearance as an important factor and an attempt to manage the sex, and sexuality-related issues social class.

Key words: sex, magazine journalism, French discourse analysis, *Veja*, *Época*.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
CAPÍTULO I. Sexo, revista & Jornalismo.....	12
1.1. Sexo na imprensa!.....	12
1.2. O que é revista.....	13
1.2.1. O início da revista no Brasil.....	15
1.2.2. Revistas de informação geral.....	16
1.3. A linguagem universal do jornalismo.....	18
1.3.1. Fazendo a notícia.....	21
1.3.2. A instituição.....	23
1.3.3. Vontade de verdade.....	24
1.3.4. O gênero reportagem.....	25
1.3.4.1. Três momentos importantes na construção da reportagem.....	27
CAPÍTULO II. Em cena.....	30
2.1. Atuação da AD.....	30
2.1.1. As regras do discurso.....	34
2.2. As cenas.....	40
2.2.1. Encenações.....	41
CAPÍTULO III. Sexo para a vida.....	48
3.1. As matrizes discursivas.....	48
3.1.1. Jovem e bonito.....	51
3.1.2. Como fazer.....	54
3.1.3. Pro dia nascer feliz.....	57
3.1.4. Sexo antes, amor depois.....	61
3.2. A Polifonia.....	67
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	70
REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	72
ANEXOS.....	74

INTRODUÇÃO

É notável que se fale tanto sobre sexo, seja no cinema, nas telenovelas, em programas voltados para a sexualidade, na publicidade, na música, em casa ou na mesa do bar. A presença constante do tema nos meios de comunicação me provocou uma inquietação: por que se fala tanto em sexo? A resposta para esta pergunta leva a outras indagações que são o problema de pesquisa desta análise. Existe em nossa sociedade uma crescente preocupação com o sexo, numa tentativa de alcançar um prazer ideal? De onde vem essa vontade de saber? O objetivo de analisar reportagens que abordam questões relacionadas ao sexo é identificar o que se fala e como se fala sobre o assunto. A constante colocação do sexo em discurso o transforma em um valor? De que forma esse valor é construído? Ao mesmo tempo em que parece se falar muito sobre sexo, é comum a acusação de que dele pouco se fala porque existe em nossa sociedade rastros de um conservadorismo que transforma o sexo em tabu. A análise discursiva permite identificar esses traços e apontar de que forma o sexo é representado na mídia.

Foucault (1988) observa que, mais do que objeto de prazer, o sexo vem sendo constituído em objeto de verdade ao longo dos séculos:

O importante é que o sexo não tenha sido somente objeto de sensação e de prazer, de lei ou de interdição, mas também de verdade e falsidade, que a verdade do sexo tenha-se tornado coisa essencial, útil ou perigosa, preciosa ou temida; em suma, que o sexo tenha sido constituído em objeto de verdade (FOUCAULT, 1988. p. 56).

O discurso construído em torno do sexo é diversificado e disperso. A sexualidade é estudada para justificar o comportamento de grupos sociais ao mesmo tempo em que é influenciada também por costumes culturais. A busca pela verdade sobre o sexo é tão antiga quanto ele mesmo. Mas é a partir do século XVII que o homem e suas ciências – filosofia, medicina, economia etc. – passam a voltar as atenções para a prática sexual, numa tentativa de organizar a sociedade, institucionalizando, classificando e administrando o sexo. É no fim do século XVII, com a emergência do sistema capitalista e as transformações nas relações de trabalho, que o discurso sobre o sexo o coloca em evidência. A Idade Média e o discurso religioso haviam, até então, transformado o sexo em uma prática privativa às relações monogâmicas heterossexuais com fins de reprodução. Tudo o que viesse fora disso estava condenado ao limbo. Era silenciado. O sexo, restrito ao casamento, fazia parte da vida privada, ou seja, devia ficar sob as quatro paredes do matrimônio.

O dispositivo da sexualidade será desenvolvido pela burguesia ascendente no fim da Idade Média, numa tentativa de diferenciar-se e valorizar-se, já que os valores da sociedade do século XVII e XVIII, na Europa, estavam se transformando junto com as revoluções tecnológicas e de pensamento. Segundo Foucault (1988), a sexualidade “é o conjunto dos efeitos produzidos nos corpos, nos comportamentos, nas relações sociais, por um dispositivo pertencente a uma tecnologia política complexa” (FOUCAULT, 1988. p. 120). Este dispositivo, de acordo com o autor, funciona de forma assimétrica, produzindo diferentes efeitos: “deve-se dizer que existe uma sexualidade burguesa, que existem sexualidades de classe. Ou, antes, que a sexualidade é originária e historicamente burguesa e que induz, em seus deslocamentos sucessivos e em suas transposições, efeitos de classe específicos” (Idem. Ibidem). A sociedade do fim do século XVII, que até então tinha como valores as relações de sangue, para manter uma linhagem real – característica da Era Medieval, em que os nobres casavam-se com os nobres –, passa agora a se preocupar com as características físicas e com sua sexualidade. O discurso sobre o sexo começa a ser produzido pela burguesia e para a burguesia, como assinala Foucault (1988): “a sexualidade estava ligada a dispositivos recentes de poder; esteve em expansão crescente a partir do século XVII, a articulação que a tem sustentado, desde então, não se ordena em função da reprodução; esta articulação, desde a origem, vinculou-se a uma intensificação do corpo, à sua valorização como objeto de saber e como elemento nas relações de poder” (Idem. p. 101-102).

No século XVIII, quando o sujeito passa a ser objeto de estudo no sentido coletivo, como “população”, o sexo também é transformado em objeto de estudo e começa a ser problematizado sob perspectivas econômicas e políticas: “é necessário analisar a taxa de natalidade, a idade do casamento, os nascimentos legítimos e ilegítimos, a precocidade e a frequência das relações sexuais, a maneira de torná-las fecundas ou estéreis, o efeito do celibato ou das interdições, a incidência das práticas contraceptivas” (Idem. p. 28). Ou seja, o sexo passa a ser discutido em diferentes esferas, num discurso que não se restringe a julgamentos de valor, mas emite opiniões no sentido de promover uma gestão da prática e dos hábitos sexuais.

O dispositivo de sexualidade é generalizado ao longo do século XIX, a partir de um foco hegemônico. Do discurso do final do século XVIII que caracterizava o sexo como algo de valor a ser temido, preservado e cuidado a fim de evitar “males infinitos”, passa-se ao discurso que denuncia uma repressão, acusa os repressores e exige que a verdade sobre o sexo seja exposta.

Um pouco como a burguesia, no fim do século XVIII, opusera ao sangue valeroso dos nobres, seu próprio corpo e sua sexualidade preciosa, no fim do século XIX ela vai procurar redefinir a especificidade de sua sexualidade em face da dos outros, retomá-la diferencialmente, traçar uma linha de demarcação que singulariza e protege o seu corpo. (...) A teoria da repressão, que pouco a pouco vai recobrir todo o dispositivo de sexualidade, dando-lhe o sentido de uma interdição generalizada, tem aí seu ponto de origem. Ela é historicamente ligada à difusão do dispositivo de sexualidade. Por um lado, vai justificar sua extensão autoritária e coercitiva, colocando o princípio de que toda sexualidade deve ser submetida à lei, ou melhor, que ela só é sexualidade por efeito da lei (Idem. p. 120- 121).

É nesse contexto que a psicanálise se desenvolve, permitindo que os desejos sejam articulados em discurso, como explica Foucault (1988): “na prática, a psicanálise assume a tarefa de eliminar, naqueles que estão em condições de recorrer a ela, os efeitos de recalque que a interdição pode induzir” (Idem. p. 121).

Ainda hoje é possível perceber a sexualidade ligada a dispositivos de poder por meio do discurso construído em torno do sexo, numa tentativa de medicalizá-lo, de maximizar o prazer, de postular um jeito certo de se fazer sexo e, a partir disso, ser mais feliz, ter mais saúde, trabalhar melhor etc.? A quem este discurso é dirigido?

O discurso em torno da sexualidade vem se multiplicando e atravessando os séculos e o sexo parece se transformar, cada vez mais objeto de interesse. E todos esses anos de estudos, discussões e abordagens em torno do sexo promovem uma infinidade de vozes querendo dizer verdades sobre ele. Verdades que possuem diversos tons: do moralismo à vulgarização, passando por institucionalizações, classificações, solenidades e generalizações. Como isso aparece na imprensa? Apesar da multiplicidade dos discursos, é possível perceber uma tendência normalizadora, que trata o sexo como algo não natural a ser naturalizado?

A presente monografia analisa, a partir dos conceitos desenvolvidos pela escola francesa de análise do discurso, também conhecida pela abreviação de AD, tendo como principal referencial teórico o linguista Dominique Maingueneau, quatro reportagens sobre sexo publicadas entre 2012 e 2013 pelas duas revistas de maior circulação no Brasil, *Veja* e *Época*. O primeiro capítulo explora a tipologia discursiva em que as reportagens estão inseridas, no caso, as revistas semanais de informação geral. Para compreender o discurso, é preciso antes conhecer o lugar de fala do enunciador, e, para apresentar este lugar de fala, o Capítulo I se dedica a definir o que é revista, o que é reportagem e, apoiado nas linhas de pesquisa denominadas *agenda setting* e *newsmaking*, explica como as rotinas de produção jornalística influem no conteúdo do discurso midiático.

O Capítulo II dá início à análise empreendida sob a metodologia da AD francesa. A AD emprega métodos e pressupostos teóricos da linguística e das ciências humanas e sociais, em especial a História, com o objetivo de “construir procedimentos que exponham o olhar-leitor a níveis opacos à ação estratégica de um sujeito” (MAINGUENEAU, 1989. p.11). O objetivo da AD é o de construir interpretações a partir do estudo do emprego da linguagem na *formação discursiva*. O termo “formação discursiva” é desenvolvido por Michel Foucault (1969) no livro *Arqueologia do Saber* para designar “o que pode e deve ser dito (articulado sob a forma de uma alocução, um sermão, um panfleto, uma exposição, um programa etc.) a partir de uma posição dada em uma conjuntura determinada” (FOUCAULT apud MAINGUENEAU, op.cit. p. 22). A análise discursiva observa as leis e o gênero do discurso, fundamentais para a apreensão do sentido dos enunciados. Neste capítulo, a análise é empreendida a partir da instância de enunciação. Para a AD, a instância enunciativa tanto constituiu o sujeito em sujeito de seu discurso como o assujeita. Isso porque ela submete o enunciador às suas regras, ao mesmo tempo em que o legitima: “o sujeito não é interpelado como sujeito, sob a forma universal do sujeito de enunciação, mas em um certo número de lugares enunciativos que fazem com que uma sequência discursiva seja uma alocução, um sermão” (Idem. p.34).

Além da enunciação, a análise identifica, no Capítulo III, a partir da seleção vocabular, dos títulos, de recursos visuais e linguísticos as matrizes discursivas que expressam valores arraigados na sociedade. Combinado aos métodos da AD, utilizo como referências as teses desenvolvidas por Foucault (1988) em torno da construção dos regimes de verdade e a história da sexualidade, para justificar e compreender a origem e evolução de determinados discursos que são propagados, reafirmados ou desconstruídos pelas reportagens.

CAPÍTULO I

Sexo, revista & Jornalismo

1.1. Sexo na imprensa!

Era uma segunda-feira dos idos de 2010, lançamento da campanha nacional de combate à hipertensão, realizado em Brasília. O então ministro da Saúde, José Gomes Temporão, ao enumerar hábitos que ajudam a prevenir a doença crônica que é “um dos maiores desafios da saúde pública brasileira e mundial”, sentenciou: “Dancem, façam sexo, mantenham o peso, mudem o padrão alimentar. Atividade física regular é fundamental. E, principalmente, meçam sua pressão arterial com regularidade”. *Estava criado o fato da semana*. Reportagem da revista *Época*, de 30 de abril de 2010¹ trazia no título: “O Ministério da Saúde recomenda: Faça sexo” e em seus dois primeiros parágrafos destacava a grande sacada do ministro ao abordar o sexo para chamar a atenção da mídia:

Ao falar de sexo dessa forma, Temporão conquistou uma proeza midiática. O tema árido de saúde pública, que normalmente chama pouca atenção, espalhou-se rapidamente pela internet, ganhou vários minutos de exposição na TV e nos jornais. Virou conversa de bar e de consultório. Cardiologistas relatam ter ouvido de vários pacientes a pergunta: “Sexo é bom mesmo para o coração, doutor?”².

Apesar de o evento ser uma campanha de combate à hipertensão, e da própria revista *Época* conceder à doença o status de *um dos maiores desafios da saúde pública brasileira e mundial*, o que virou notícia, tema de reportagem e entrou para a agenda da imprensa brasileira foi o sexo. Não é de hoje que o sexo é colocado em discurso, desperta o interesse de um público amplo e diverso e é utilizado como chamativo, como se conferisse algum valor aos produtos da comunicação. Desde que foi apropriado e valorado pela burguesia do fim do século XVII, o sexo é posto em discurso como objeto de desejo e curiosidade. Esse discurso vai se multiplicar e atravessar os séculos a sexualidade vai ser cada vez mais discutida, em diferentes esferas, em discursos que não se restringem a julgamentos de valor, mas emitem opiniões no sentido de promover uma gestão da prática e dos hábitos sexuais.

A revista *Veja*, lançada em 11 de setembro de 1968, publicou sua primeira reportagem de capa sobre sexo em 1975. A matéria contava que cerca de 50% dos suicídios de homens até 45 anos eram motivados pelo “drama da impotência sexual”. Passados quase vinte anos,

¹ Anexo V. Também disponível em <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,ERT137360-15228-137360-3934,00.html>>. Acesso: 22/06/2013.

² Idem.

em 1993, a revista apresentou uma pesquisa que revelava a insatisfação das mulheres na quantidade e qualidade de suas relações sexuais.

Entra ano, sai ano, muda o século e o assunto não caduca. Pelo contrário, parece inesgotável e cada vez mais presente na história da humanidade. E os meios de comunicação, com o objetivo institucional de retratar, representar a sociedade, também estão atentos ao tema. Como o sexo é pautado pelo jornalismo no Brasil? O que se fala e como se fala? O discurso jornalístico, por ser constituído de recortes da realidade que pretende representar, pode ser visto como uma forma de interpretação de determinado grupo. Num jornalismo onde se pretende atingir o maior público possível, incluindo aí diferentes idades, etnias, gêneros, classes sociais e ideologias, entre outros, corre-se o risco de um discurso generalista e normalizador. É o que costuma acontecer no discurso tradicional da imprensa brasileira, isto é, dos grandes grupos de comunicação que dominam a maior parte da produção e distribuição de notícias pelo país?

1.2. O que é revista

Os periódicos objetos deste estudo são as duas maiores revistas semanais brasileiras de informação em termos de exemplares vendidos: *Veja* com tiragem de 1.076.964³ exemplares e *Época* com 389.506⁴ exemplares, entre assinaturas e vendas avulsas. São revistas de conteúdo com temas diversificados e caráter jornalístico.

De acordo com o Dicionário⁵, revista é uma “publicação periódica de formato variado, em que se divulgam artigos originais, reportagens, etc., sobre vários temas, ou, ainda, em que se divulgam, condensados, trabalhos sobre assuntos variados já aparecidos em livros e noutras publicações”. Esta definição também poderia ser aplicada a jornais. O que difere uma revista de um jornal são as características estéticas – “melhor qualidade de impressão, maior liberdade na diagramação e utilização de cores” (NASCIMENTO, 2002) – e as características textuais – “sem o imediatismo imposto aos jornais diários, as revistas podem fornecer informações e análises mais aprofundadas sobre os fatos noticiados pelos jornais, noticiários televisivos, radiofônicos” (NASCIMENTO, 2002), ou sites de notícias. A jornalista Marília Scalzo (2003) define revista como “um veículo de comunicação, um produto, um negócio,

³ Fontes: IVC novembro - 2012/ Projeção Brasil de leitores (IVC e Marplan Consolidado 2012) / Audit Bureau of Circulations (Jan-Jun/2012). Disponível em: <<http://www.publiabril.com.br/marcas/4/download-media-kit>>. Acesso: 03/05/2013.

⁴ Projeção Brasil calculada pela Editora Globo com base nos estudos Marplan 12 Mercados e IVC (Jan a Dez/12). Disponível em: <http://editora.globo.com/midiakit/arquivos/MidiaKit_Institucional_2012-PT.pdf>. Acesso: 03/05/2013.

⁵ Dicionário online de português. Disponível em: <<http://dicionario.co/revista>>. Acesso: 10/04/2013.

uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento” (SCALZO, 2003. p. 11) e completa com uma analogia do editor espanhol Juan Caño, para quem “revista” é como “uma história de amor com o leitor. Como toda relação, essa também é feita de confiança, credibilidade, expectativas, idealizações, erros, pedidos de desculpas, acertos, elogios, brigas, reconciliações” (Idem. Ibidem).

Uma característica peculiar da revista é que por meio dela o jornalista tenta falar diretamente com os leitores. Embora as revistas de informação geral tenham um público mais diversificado que as especializadas⁶, elas têm um certo grau de intimidade com o leitor, já que este, ao escolher uma determinada publicação em detrimento de outra, está legitimando o trabalho daquela escolhida. O público de revista costuma ser um público fiel. Exemplo disso é que quase 90% dos exemplares consumidos de *Época* e *Veja* são por assinatura⁷, ou seja, trata-se de um leitor assíduo e a revista o conhece – a maioria está na faixa de 20 a 50 anos, o público feminino e masculino é praticamente igual em porcentagem e cerca de 70% pertence às classes A e B⁸. Além desses dados, as empresas de comunicação têm mecanismos próprios para conversar com seu público: por telefone, cartas e internet.

A revista tem, ainda, como traços marcantes os recursos gráficos que tornam o texto mais atraente, ilustram e ajudam a explicar a matéria; a continuidade, que permite o aprofundamento de questões que estão na agenda da mídia, por meio de investigação, entrevistas, cruzamento de dados, coleta de opiniões e análises sobre determinado assunto; e a periodicidade. A periodicidade é a mais importante característica de diferenciação das revistas para os outros meios de comunicação de massa. Enquanto a internet, a tevê e o rádio têm a possibilidade de apresentar a notícia no momento do acontecimento e, por isso, o fato é noticiado de forma superficial, respondendo, na maioria das vezes, apenas às seis perguntas

⁶ As revistas também costumam ser segmentadas para públicos específicos. Os tipos de segmentação mais comuns são: por gênero (masculino e feminino), idade (infantil, adolescente, adulta), geográfica (cidade ou região) e por tema (cultura, esportes, ciência, saúde etc). (SCALZO, 2003).

⁷ Dos 1.076.964 exemplares de *Veja* em circulação semanal, 929.931 exemplares correspondem a assinaturas e 147.574 são de vendas avulsas (IVC – novembro – 2012). Disponível em: <<http://www.publiabril.com.br/marcas/4/download-media-kit>>. Acesso: 03/05/2013.
89% dos 389.506 exemplares de *Época* vendidos semanalmente são de assinantes (IVC – média de janeiro a dezembro de 2012). Disponível em: <http://editora.globo.com/midiakit/arquivos/MidiaKit_Institucional_2012-PT.pdf>. Acesso: 03/05/2013.

⁸ Público de *Época*: 50% homens e 50% mulheres; 68% pertencem às classes A e B e 28% à classe C; 42% têm idade entre 18 e 34 anos e 33% tem entre 35 e 54 anos. Disponível em: <http://editora.globo.com/midiakit/arquivos/MidiaKit_Institucional_2012-PT.pdf>. Acesso: 03/05/2013.
Público de *Veja*: 47% homens 53% mulheres; 71% pertencem às classes A e B; 76% têm entre 20 e 49 anos. Disponível em: <<http://www.publiabril.com.br/marcas/4/download-media-kit>>. Acesso: 03/05/2013.

do *lead*⁹ – o que, quem, quando, onde, como, por que? – uma revista semanal tem a possibilidade de trabalhar o fato, ir além da notícia, explorar novos ângulos, buscar diferentes fontes, reunir uma maior quantidade de informações e apresentar ao leitor uma análise aprofundada do acontecimento. Mais do que uma possibilidade, a periodicidade de uma revista confere-lhe o dever de ser mais precisa e aprofundada. O leitor, ao procurar uma revista para informação, espera encontrar um conteúdo relevante.

Estudando a história das revistas, o que se nota em primeiro lugar não é uma vocação noticiosa do meio, mas sim a afirmação de dois caminhos bem evidentes: o da educação e o do entretenimento. (...) as revistas nasceram, por um lado, sob o signo da mais pura diversão – quando traziam gravuras e fotos que serviam para distrair seus leitores e transportá-los a lugares aonde jamais iriam, por exemplo. Por outro, ajudaram na formação e na educação de grandes fatias da população que precisavam de informações específicas, mas que não queriam – ou não podiam – dedicar-se aos livros. (SCALZO, 2003. p. 14).

1.2.1. O início da revista no Brasil

A primeira revista brasileira de que se tem registro data de janeiro de 1812. Editada pelo tipógrafo e livreiro Manoel Antônio da Silva Serva, *As Variedades ou Ensaaios de Literatura* foi vendida em Salvador, ainda sob a classificação de folheto. Teve apenas duas edições e não tinha caráter noticioso. As revistas criadas no Brasil, até meados do século XX, tinham conteúdo voltado para públicos mais específicos e tratavam, em sua maioria, de cultura. Além disso, os textos eram mais ensaísticos, já que seus escritores eram, predominantemente, homens das letras, fugidos dos jornais que estavam passando por transformações profundas e irreversíveis.

A imprensa brasileira até o final do século XIX era uma imprensa com características artesanais. Não se tinha uma cultura de empresa jornalística. Os jornais eram individualistas, montados, escritos e editados por pessoas de prestígio social ou que visavam emitir suas opiniões. A passagem do século XIX para o século XX, no Brasil, assinala a *transição da pequena à grande imprensa*.

Os pequenos jornais (...) cedem lugar às empresas jornalísticas, com estrutura específica, dotadas de equipamento gráfico necessário ao exercício de sua função. Se é assim afetado o plano da produção, o da circulação também o é, alterando-se as relações do jornal com o anunciante, com a política, com os leitores. [A transição da pequena à grande imprensa] está ligada às transformações do país (...), à ascensão burguesa, ao avanço das

⁹ A palavra *lead* vem do inglês e significa “guia” e é justamente essa a sua função no texto jornalístico, conduzir o leitor para o que a matéria vai tratar. O lead é a primeira parte de uma notícia e deve fornecer as informações básicas sobre o tema, de forma a atrair o interesse do público. (LAGE, 2006. p. 28-36)

relações capitalistas (...) o jornal será, daí por diante, empresa capitalista, de maior ou menor porte (SODRÉ, 1999. p. 275).

A generalização de relações capitalistas vai exigir alterações na imprensa brasileira, que começa a seguir o modelo norte-americano de jornalismo, buscando objetividade e imparcialidade, já que o jornal agora era feito em larga escala, para um público mais diversificado. Para conquistar uma maior variedade de leitores, o jornal deveria buscar a isenção, como observa Sodré:

a tendência ao declínio do folhetim, substituído pelo colunismo e, pouco a pouco, pela reportagem; a tendência para a entrevista, substituindo o simples artigo político; a tendência para o predomínio da informação sobre a doutrinação; o aparecimento de temas antes tratados como secundários, avultando agora, e ocupando espaço cada vez maior, os policiais com destaque, mas também os esportivos e até os mundanos. Aos homens de letras, a imprensa impõe, agora, que escrevam menos colaborações assinadas sobre assuntos de interesse restrito do que o esforço para se colocarem em condições de redigir objetivamente reportagens, entrevistas, notícias. (SODRÉ, 1999. p. 296-297)

Para fugir da objetividade imposta aos jornais brasileiros, os homens das letras, antes responsáveis pelas matérias que tinham como preocupação maior a exibição de refinamento vocabular – o conteúdo da informação ficava em segundo plano –, vão se refugiar nas revistas ilustradas, que começam a proliferar nessa época. Daí a característica literária e o interesse voltado para assuntos culturais das primeiras revistas brasileiras: “as revistas passarão, pelo menos nessa fase, por um período em que são principalmente literárias, embora também um pouco mundanas e, algumas, críticas” (Idem. p. 297).

1.2.2. Revistas de informação geral

O marco do jornalismo em revista no Brasil se dá em 1928, com a criação de *O Cruzeiro*¹⁰, por Carlos Malheiros Dias. Depois dela foram lançadas revistas concorrentes, que inovaram também no estilo reportagem e fotografia, como nos casos de *Diretrizes*, publicada pela primeira vez em 1938, sob o comando de Samuel Weiner, e *Manchete*, criada em 1952 por Adolpho Bloch. *Diretrizes* se popularizou com reportagens investigativas e críticas, enquanto *Manchete* ganhou fama e prestígio pelo amplo espaço dedicado à fotografia e pelas reportagens históricas, como a dedicada à inauguração de Brasília, em 1960.

As revistas semanais de informação geral surgiram “para atender à necessidade de informar com concisão em um mundo já congestionado pela quantidade de informações

¹⁰ Integrada ao Diários Associados, *O Cruzeiro* chegou a vender mais de 750 mil exemplares por semana. Fonte: <<http://www.memoriaviva.com.br/ocruzeiro>>. Acesso: 24/05/2013.

impressas” (SCALZO, 2003. p. 22). Foi com esse espírito que, em 1923, os jornalistas norte-americanos Briton Hadden e Henry Luce criaram a primeira revista semanal de notícias, a *Time*. A revista foi lançada nos Estados Unidos com a finalidade de “trazer notícias da semana, do país e do mundo, organizadas em seções, sempre narradas de maneira concisa e sistemática, com todas as informações cuidadosamente pesquisadas e checadas” (SCALZO, 2003. p. 22). Treze anos depois, também nos Estados Unidos, foi lançada a *Life*¹¹ (1936), a primeira semanal ilustrada. A *Time* foi copiada em vários países, inclusive no Brasil, com a criação da revista *Veja*, em 1968.

No Brasil, *O Cruzeiro* se consolidou nos anos 1940 no gênero da reportagem com o jornalista David Nasser e o repórter fotográfico francês Jean Manzon. Contou com colaboradores do porte de Gilberto Freire e Rachel de Queiroz. A revista falava de cinema, esportes, saúde e tinha seções de charges, política, culinária e moda. *O Cruzeiro* circulou por 47 anos. Sua última edição, de julho de 1975, tinha como capa Pelé, então jogador do Cosmos, vestido de Tio Sam.

Hoje, no Brasil, existem apenas quatro revistas semanais de informação geral com circulação nacional, de acordo com dados do IVC (Instituto Verificador de Circulação)¹²: *Veja*, *Época*, *IstoÉ* e *Carta Capital*. Dentre as quatro, as revistas escolhidas para o corpus desta pesquisa são as duas publicações com maior número de exemplares vendidos. Cabe ressaltar, ainda, algumas características dos periódicos analisados.

A revista *Época*, fundada em 1998 pela Editora Globo, foi inspirada na alemã *Focus* e valoriza a utilização de imagens e gráficos na apresentação das reportagens. A revista é dividida nas seções: Primeiro Plano (editorial, cartas dos leitores, colunas de opinião e “Bombou na Web”), Tempo (dedicada a reportagens de cunho político e econômico), Ideias (com ensaios e artigos sobre diversos assuntos), Vida (onde são publicadas matérias mais humanizadas) e Mente aberta (agenda e cultura). *Veja* é dividida em: Seções (editorial, entrevista – as famosas páginas amarelas, colunas, cartas dos leitores e “Blogosfera”), Panorama, Brasil, Economia, Internacional, Geral, Guia e Artes & Espetáculos.

Além de informar, as revistas semanais têm a intenção declarada de situar seus leitores no mundo, apresentando o que seria a realidade, o que está acontecendo e o que vai acontecer por meio de suas reportagens

A missão de ÉPOCA é investigar e ajudar a entender o complexo mundo contemporâneo. É antecipar as tendências e captar o espírito do nosso tempo.

¹¹ *Life* tornou-se mensal em 1972 e deixou de circular em 2000.

¹² <http://www.ivcbrasil.org.br>

É perseguir, toda semana, as principais notícias para delas extrair uma agenda de construção do amanhã. É aliar a força investigativa à capacidade analítica. É jogar luz no que há de mais relevante na atualidade, converter informação em conhecimento, transformar a confusão em clareza¹³.

Desde a sua primeira edição, em setembro de 1968, VEJA está empenhada em apresentar semanalmente não apenas um grande leque de informações confiáveis, mas também o contexto e a análise que permitem colocar os fatos em perspectiva e entendê-los melhor¹⁴.

1.3. A linguagem universal do Jornalismo

Embora cada meio de comunicação – revista, jornal, rádio, televisão, internet – tenha suas características próprias que os diferem uns dos outros, a prática jornalística possui elementos que são parte integrante e indissociável de sua linguagem. O pesquisador Nelson Traquina (2005) define o jornalismo como “uma atividade intelectual” (TRAQUINA, 2005. p. 21), “altamente condicionada” (idem. p. 26) “pelas práticas levadas a cabo para responder às exigências do fator tempo, pelas hierarquias superiores da própria empresa, (...) pelos imperativos do jornalismo como um negócio, pela brutal competitividade” (idem. p. 25) etc., ou seja, a linguagem jornalística tem características próprias e comuns aos diversos meios de comunicação, tendo em vista que o jornalismo pode ser compreendido como um conjunto de práticas guiadas por valores institucionais. O bom texto jornalístico é, consensualmente, aquele que é claro, contextualizado, conciso, coerente e consegue se relacionar com o universo do leitor. A imprensa é uma instituição que tem seu discurso legitimado por um conjunto de valores simbólicos, como a ética, a seriedade, a busca pela verdade. Esses símbolos concedem ao discurso jornalístico o status de verdade, ainda que este valor seja cada vez mais questionado com o passar do tempo, principalmente nas últimas décadas, com a ampliação do acesso à produção de informação provocada pela Era Digital.

A consolidação da Era Digital tem como característica a possibilidade de um indivíduo isolado divulgar o que quiser a uma audiência potencialmente ampla, por meio da internet. Esse aspecto tem provocado questionamentos em torno da prática jornalística. Para o jornalista Nilson Lage (2006) a “possibilidade de comunicação interativa em larga escala” proporcionada pela internet contempla a “antiga aspiração revolucionária de transformar todo cidadão em portador de mensagens que faz chegar à comunidade, à nação ou ao universo” (LAGE, 2006. p. 61). Mas o autor também pondera que, se por um lado, a internet amplia a

¹³ Disponível em: <http://editora.globo.com/midiakit/arquivos/MidiaKit_Institucional_2012-PT.pdf>. Acesso: 03/05/2013

¹⁴ Disponível em: <<http://www.publiabril.com.br/marcas/4/download-media-kit>>. Acesso: 03/05/2013

interatividade e a possibilidade dos mais diversos grupos e indivíduos se expressarem, por outro lado, o uso da rede depende de competências específicas, como “saber escrever textos interessantes e compreensíveis” (Idem. Ibidem), e de “uma relação não intimista, nem corriqueira, com o tema das mensagens” (Idem. Ibidem). Importa ressaltar dessa problematização potencializada pela explosão de conteúdos provocada pela internet o comportamento a ser adotado por quem pretende produzir informação. O jornalismo é guiado por um conjunto de regras e valores, que vão permear o conteúdo e influenciar o discurso. Esses valores estão presentes em todo o processo de produção de um texto noticioso, que começa na concepção da pauta e termina, não na publicação, mas na repercussão, na apropriação do discurso pelo leitor. Isso porque a “comunicação” pressupõe a intenção de “influir” sobre o outro, por meio de uma mensagem. A palavra vem do latim *communis*, que significa ter/fazer algo em comum.

Sem a comunicação cada pessoa seria um mundo fechado em si mesmo. Pela comunicação as pessoas compartilham experiências, ideias e sentimentos. Ao se relacionarem como seres interdependentes, influenciam-se mutuamente e, juntas, modificam a realidade onde estão inseridas (BORDENAVE, 2001. p. 36).

Para que a mensagem se torne uma comunicação é necessário que haja uma relação de consciências, porque, como explica Bordenave (2001), “as mensagens”, num primeiro momento, “vivem apenas na mente (ou no coração) dos interlocutores. Mas, durante a comunicação, elas aparecem de modo a que possam ser ouvidas, vistas e tocadas” (Idem. p. 39).

Durante muito tempo cultivou-se a ilusão de que o jornalismo seria a busca pela verdade, o paladino da justiça, imparcial e objetivo. É certo, porém, que, sendo uma reportagem um conjunto de informações apuradas e selecionadas, ela é a representação de um recorte da realidade. A objetividade absoluta no jornalismo é impossível porque, sendo este uma forma de interpretação, é impossível esta representação esgotar a realidade. Uma reportagem não consegue abranger todos os lados de um acontecimento ou abordar por completo um assunto, o que faz com que, por melhores que sejam as intenções do(s) jornalista(s) envolvido(s) em sua produção, ela reflita valores inerentes aos seus produtores e veiculadores. A notícia não é, portanto, o acontecimento, assim como a fotografia não é a realidade.

A questão dos efeitos da mídia e de como ela constrói a imagem da realidade social é discutida por Mauro Wolf (2003) no “estudo dos efeitos a longo prazo”, que diferencia a linha

de pensamento das teorias clássicas das teorias contemporâneas, a primeira entendendo os efeitos da mídia como *mudanças a curto prazo* e a segunda como *consequências de longo período*. As teorias da comunicação contemporâneas abandonam a ideia de que os meios de comunicação intervêm diretamente no comportamento explícito, dando lugar à tendência desses meios de influenciar o modo como e destinatário constrói a imagem da realidade. O autor aponta ainda as mudanças no paradigma clássico: se antes se estudavam casos isolados, hoje se pensa uma cobertura global; o uso de metodologias integradas em detrimento dos dados baseados nas entrevistas com o público; e a “reconstrução do processo com o qual o indivíduo modifica a própria representação da realidade social” (WOLF, 2003. p. 60).

Mauro Wolf (2003) explica ainda a mudança de perspectiva problemática dos efeitos que até então era funcional para defender os veículos de comunicação de massa e os profissionais da área de controles e pressões sociais excessivas. A crescente influência da sociologia do conhecimento foi fundamental para o abandono da teoria funcionalista e para a redefinição do problema da capacidade dos meios de comunicação de massa de fornecer perspectivas, de definir a atmosfera de relevância e reatividade. O processo de significação passa a ser o centro da pesquisa em torno dos “efeitos cumulativos” (Idem. Ibidem). A partir desse ponto de vista é postulada a influência da mídia, esses efeitos colaboram para a estruturação da imagem da realidade social a longo prazo e para a formação de novas crenças e opiniões. “A mídia estrutura um contexto político muito real, mas que nós podemos conhecer apenas ‘de longe’” (Idem. p. 61). Nesse contexto, três características da mídia são levadas em consideração: a “acumulação” (repetição contínua), a “consonância” (semelhança/dessemelhança) e a “onipresença” (saber público guiado pela mídia). (Idem. Ibidem).

A hipótese da *agenda-setting* sustenta que a mídia apresenta ao público uma lista de fatos a respeito do qual se pode ter uma opinião e discutir, isto é, a mídia pode não dizer ao público o que pensar, mas pode definir sobre o que pensar. Além disso, a hipótese sustenta que as opiniões pessoais dos destinatários podem agir no sentido de integrar a agenda subjetiva com a proposta pela mídia: “quanto menor for a experiência direta das pessoas em relação a uma determinada área temática, mais ela dependerá da mídia para obter as informações e os quadros interpretativos àquela área” (ZUCKER apud WOLF, 2003. p. 67). A hipótese do *agenda-setting* foi formulada nos Estados Unidos, pelos professores Maxwell E. McCombs e Donald L. Shaw, a partir de um acompanhamento da campanha eleitoral nacional norte-americana, em 1968:

Verificou-se, então, que a mídia, de fato, havia provocado um forte impacto e influenciado significativamente o eleitor. A novidade, contudo, é que, mais que influenciar o eleitor (...), verificou-se que a mídia terminara por influenciar também aos próprios candidatos, fazendo com que muitos deles incluíssem em suas agendas temas que, inicialmente, não constavam das mesmas, mas que, por terem sido abordados por seus concorrentes, ou porque foram agendados pela mídia, terminaram por ser considerados pelas agendas dos candidatos (HOHLFELDT, 2001. p. 195).

O pesquisador Antonio Hohlfeldt (2001) aponta os três principais pressupostos dessa hipótese: o fluxo de informação é contínuo, a influência dos meios de comunicação no receptor se dá a médio e longo prazo, os meios de comunicação possuem a capacidade de agendamento de assuntos.

1.3.1. Fazendo a notícia

A hipótese do *newsmaking* desenvolvida na década de 1970 baseia-se em estudo sobre os emissores e processos produtivos dos meios de comunicação. Ela se apoia em duas correntes: “sociologia do conhecimento” e “sociologia das profissões” (WOLF, 2003. p. 78). A primeira questiona a construção da realidade: que imagem do mundo fornecem os meios de comunicação? qual a sua relação com as exigências cotidianas de produção da notícia? qual a influência desta sobre a imagem que temos de mundo? A segunda afasta a noção de manipulação, por meio da noção de “distorção involuntária” (Idem. p. 80) provocada pela estruturação do acontecimento como consequência da produção e difusão da notícia.

Segundo este ponto de vista [perspectiva de manipulação], autonomia profissional e distorção da informação surgem como duas faces da mesma moeda: a perspectiva é muito mais radical do que aquela que, remetendo toda a deficiência e manipulação da cobertura informativa exclusivamente para pressões e influências externas, se priva da possibilidade de captar o funcionamento da “distorção inconsciente”, ligada às práticas profissionais, às rotinas produtivas normais, aos valores partilhados e interiorizados acerca do modo de desempenhar a função de informar (WOLF, 2003. p. 80).

Essa deformação é justificada a partir do conceito desenvolvido anteriormente em torno do *gatekeeper*, função exercida pelo editor, responsável pela definição do que será notícia. “O termo *gatekeeper* refere-se à pessoa que toma uma decisão numa sequência de decisões; foi introduzido pelo psicólogo social Kurt Lewin num artigo, publicado em 1947, sobre as decisões domésticas relativas à aquisição de alimentos para a casa” (TRAQUINA, 2005. p. 150). O sociólogo e comunicólogo David Manning White foi o primeiro a aplicar o conceito ao jornalismo, para explicar o processo de produção da informação:

Nesta teoria, o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos gates, isto é, “portões” que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é, o gatekeeper, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não (Idem. Ibidem.).

Traquina (2005) conta que White desenvolveu sua teoria a partir da observação do exercício profissional de Mr. Gates, jornalista de um jornal norte-americano. O sociólogo concluiu que a seleção do que seria ou não noticiado era feita a partir do julgamento de Mr. Gates, portanto, subjetiva. A própria escolha do que é notícia acarreta a exclusão de outros acontecimentos e informações, que são colocadas no submundo do não noticiável. Como a teoria se desenvolveu centralizada apenas no conceito de seleção das notícias a partir dos critérios de quem a produz (o jornalista), estudos posteriores vão questionar esta teoria e dar origem às correntes teóricas que enxergam essa seleção como um processo guiado por fatores internos e externos à divisão do trabalho. A hipótese do *newsmaking* recicla este conceito culminando na definição dos critérios de noticiabilidade, que são um conjunto de características do fato que lhe confere o valor de notícia. Wolf (2003) divide os critérios de noticiabilidade em cinco categorias: relativas ao conteúdo (“grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento”, “impacto sobre o interesse nacional”, quantidade de pessoas envolvidas, os desdobramentos que o acontecimento pode ocasionar etc.); relativas ao produto (“disponibilidade do material”, proximidade dos acontecimentos, acesso a fontes, imagens, informações precisas, “atualidade”, frequência com que matérias similares aparecem nos meios de comunicação, capacidade de esgotar um assunto etc), em relação ao meio, ao público e à concorrência.

Essas características do fazer jornalístico ajudam a compreender a homogeneidade verificada na imprensa, objeto de questionamento do sociólogo francês Pierre Bourdieu (1997):

o jornalista é uma entidade abstrata que não existe; o que existe são jornalistas diferentes segundo o sexo, a idade, o nível de instrução, o jornal, o meio de informação. O mundo dos jornalistas é um mundo dividido em que há conflitos, concorrências, hostilidades. (...) o que tenho no espírito é que os produtos jornalísticos são muito mais homogêneos do que se acredita. As diferenças mais evidentes, ligadas sobretudo à coloração política dos jornais (que, de resto, é preciso dizê-lo, se descolorem cada vez mais...), ocultam semelhanças profundas, ligadas em especial às restrições impostas pelas fontes e por toda uma série de mecanismos, dos quais o mais importante é a lógica da concorrência. Diz-se sempre, em nome do credo liberal, que o monopólio uniformiza e a concorrência diversifica. Nada tenho, evidentemente, contra a concorrência, mas observo apenas que, quando ela se exerce entre jornalistas ou jornais que estão sujeitos às

mesmas restrições, às mesmas pesquisas de opinião, aos mesmos anunciantes (...), ela homogeneiza (BOURDIEU, 1997. p 31).

1.3.2. A instituição

O jornalismo é compreendido aqui como produção de conhecimento e o conhecimento como uma prática simbólica ligada ao poder. Sendo assim, os jornalistas são produtores de conhecimento e detentores do poder de simbolizar.

o trabalho jornalístico é altamente condicionado, mas também (...), devido à sua “autonomia relativa”, tem “poder”, e, por consequência, os seus profissionais têm poder. Os jornalistas são participantes ativos na definição e na construção das notícias, e, por consequência, na construção da realidade. Há alguns momentos, ao nível individual, durante a realização de uma reportagem ou na redação da notícia, quando é decidido quem entrevistar ou que palavras serão utilizadas para escrever a matéria, de mais poder consoante a sua posição na hierarquia da empresa, e coletivamente como os profissionais de um campo de mediação que adquiriu cada vez mais influência com a explosão midiática, tornando evidente que os jornalistas exercem poder (TRAQUINA, op.cit. p. 26).

A representação constitui uma forma de apreender o mundo e mostrar esse mundo por meio de simbolizações. Os universos simbólicos são criados para legitimar, genericamente, as instituições sociais já existentes, encontrando-lhes explicações e integrando-as num todo significativo. Assim, eles contribuem para a edificação de uma realidade, que é controlada pelas instituições. O universo simbólico legitima a realidade social, porque esta não é algo dado, mas é “construída, forjada no encontro incessante entre os sujeitos humanos e o mundo onde vivem” (DUARTE JÚNIOR, 1994. p.12).

As instituições são criadas pelo homem com uma finalidade específica. Para Duarte Junior (1994), elas têm uma origem histórica, “tendo sido criadas desta ou daquela maneira pelos seus iniciadores” (Idem. p. 42-43). Ao serem transmitidas de geração em geração, as instituições passam a ser percebidas como independentes das vontades dos homens: “Os papéis exigidos por elas podem ser preenchidos por qualquer um, já que estão estabelecidos e não podem variar segundo vontades individuais. As instituições passam a ser percebidas como estando acima dos homens” (Idem. Ibidem). Sua existência deixa de ser percebida como uma criação humana, ela passa a ter vida própria. “A instituição é soberana, os homens devem adaptar-se a ela, cumprindo os papéis já estabelecidos” (Idem. Ibidem).

Desse modo, a institucionalização é uma forma de controle social, porque, ao ser percebida como algo estabelecido, cria uma zona de conforto e evita que os indivíduos procurem alterá-la. Mas a institucionalização também pode ter um efeito inverso e despertar

no sujeito a necessidade de romper com o que está estabelecido, a partir do momento em que o indivíduo tem contato com outras instituições que vão de encontro com a ordem proposta pela primeira. A mudança é lenta porque as instituições têm mecanismos de manutenção da realidade pelas legitimações. Um indivíduo não muda sozinho algo institucionalizado, pois precisaria mudar todo o mundo simbólico já consolidado.

A imprensa pode ser vista como uma instituição que participa da edificação da realidade, uma vez que

os jornalistas também interagem silenciosamente com a sociedade, por via dos limites com que os valores sociais marcam as fronteiras entre normal e anormal, legítimo e ilegítimo, aceitável e desviante. As notícias têm uma estrutura profunda de valores que os jornalistas partilham, como membros da sociedade, com a sociedade (TRAQUINA, op.cit. p. 29).

Além disso, o discurso jornalístico presume uma legitimação do leitor que compra o jornal e o lê: “o discurso jornalístico é de certa forma antecipadamente legitimado, uma vez que foi o próprio leitor que o comprou. O jornal procura apresentar-se como quem responde a demandas, explícitas ou não, dos leitores” (MAINGUENEAU, 2002. p. 40).

1.3.3. Vontade de verdade

Caminhando de mãos dadas com o conceito de realidade está a verdade. Existe no ser humano uma força motriz, uma aspiração por conhecer a verdade, talvez para poder legitimar a realidade, já que esta é uma construção. Mas a verdade, assim como a realidade, é uma construção humana, legitimada pelas formações discursivas, que são também construções. Ou seja, é um círculo sem fim. Não é possível demarcar exatamente onde começa e onde termina. Mas é possível encontrar justificativas para essa vontade de verdade. Para Foucault (1988), o conhecimento é sempre uma forma de poder. O saber sobre determinado assunto está ligado ao poder de um discurso impor-se como “verdade”. O poder de verdade de um discurso pode ser exemplificado por meio dos discursos construídos em torno do sexo:

Pelo menos até Freud, o discurso sobre o sexo – o dos cientistas e o dos teóricos – não teria feito mais do que ocultar continuamente o que dele se falava. Poder-se-iam considerar todas as coisas ditas, precauções meticulosas ou análises detalhadas, como procedimentos destinados a esquivar a verdade insuportável e excessivamente perigosa sobre o sexo. E o simples fato de se ter pretendido falar dele do ponto de vista purificado e neutro da ciência, já é, em si mesmo, significativo. De fato, era uma ciência feita de esquivas já que, na incapacidade ou recusa em falar do próprio sexo, referia-se sobretudo às suas aberrações, perversões, extravagâncias excepcionais, anulações patológicas, exasperações mórbidas. Era, também, uma ciência essencialmente subordinada aos imperativos de uma moral, cujas classificações reiterou sob a forma de normas médicas. A pretexto de dizer a

verdade, em todo lado provocava medos; atribuía às menores oscilações da sexualidade uma dinastia imaginária de males fadados a repercutirem sobre as gerações; afirmou perigosos à sociedade inteira os hábitos furtivos dos tímidos e as pequenas e mais solitárias manias; no final dos prazeres insólitos colocou nada menos do que a morte: a dos indivíduos, a das gerações, a da espécie (FOUCAULT, 1988. p. 53-54).

No intuito de identificar as verdades que vem sendo construídas, mantidas e/ou modificadas sobre o sexo nas revistas *Época* e *Veja* implementamos a análise do discurso em duas reportagens de cada publicação, o que será melhor explicado nos capítulos II e III. Antes de empreender a análise discursiva, é preciso ter bem claras as regras que regem a construção deste discurso, entendendo com se dá a fabricação de uma reportagem. “Quando se fala em reportagens, trata-se de rotinas, de comportamentos estereotipados e anônimos que se estabilizaram pouco a pouco, mas que continuam sujeitos a uma variação contínua” (MAINGUENEAU, 2002. p. 65).

1.3.4. O gênero Reportagem

Lage, em *Estrutura da notícia* (2006), define reportagem como “Gênero jornalístico que consiste no levantamento de assuntos para contar uma história verdadeira, expor uma situação ou interpretar fatos” (LAGE, 2006. p. 74). Um gênero do discurso jornalístico, a reportagem é guiada por valores inerentes à prática jornalística discutida anteriormente, mas também carrega características próprias. Os gêneros do discurso asseguram a comunicação, porque eles são submetidos a regras definidas e explicitadas ao público. Essas regras determinam o êxito do discurso, o sucesso comunicacional.

Graças ao nosso conhecimento dos gêneros do discurso, não precisamos prestar uma atenção constante a todos os detalhes de todos os enunciados que correm à nossa volta. Em um instante somos capazes de identificar um dado enunciado como sendo um folheto publicitário ou como uma fatura e, então, podemos nos concentrar apenas em um número reduzido de elementos (MAINGUENEAU, 2002. p. 64).

Este gênero jornalístico tem, de certa forma e até certo ponto, liberdade para trabalhar o factual e também os assuntos que são marginalizados, desde que consigam se justificar, além de ter uma estrutura mais flexível que a notícia, quanto ao lead. A reportagem segue uma forma narrativa, que tende à humanização do relato, e seu texto pode ter um caráter impressionista, sem perder a objetividade dos fatos narrados.

O estilo da reportagem é menos rígido que o da notícia. Varia com o veículo, o público, o assunto. Podem-se dispor as informações por ordem decrescente de importância, mas também narrar uma história, como fragmento de um romance. As revistas ilustradas costumam tomar como ponto de partida para

o texto as fotografias do leiaute (...). Em certos casos, admite-se que o repórter conte o que viu na primeira pessoa. A linguagem também é mais livre: os “novos jornalistas” americanos (Jimmy Breslin, Norman Mailer, Truman Capote, Tom Wolf) propuseram, no pós-Segunda Guerra Mundial, adotar técnicas literárias para abordagem mais humana e reveladora da realidade (LAGE, 2006. p. 55).

A reportagem conta o que está acontecendo e faz previsões. É abrangente, tenta tornar acessíveis assuntos complexos, detalha e explica, se relaciona com outros campos das ciências. É mais extensa que a notícia porque apresenta maior detalhamento sobre o fato e contextualiza aquilo que foi anunciado. A reportagem procura ampliar a visão do público sobre determinado assunto, por meio de análises que exploram o porquê dos acontecimentos. A reportagem tende a apresentar uma visão interpretativa do acontecimento que deve ser feita de forma plural.

Há reportagens em que predominam a investigação e o levantamento de dados; em outras destaca-se a interpretação. (...) A interpretação é sempre feita a partir de uma perspectiva (econômica, jurídica etc.), o que a torna uma espécie de aplicação de um conhecimento ao caso prático. Além disso, envolve métodos de análise (na economia, há interpretações estruturalistas, monetárias etc.) (Idem. p. 55-56).

A reportagem é, ainda, um grupo de representações fragmentadas da realidade, que, em conjunto, dão uma ideia global de um tema. É uma narrativa construída por personagens, ação dramática e descrição do ambiente e deve contar com várias fontes: especialistas, personagens, autoridades etc. A narrativa é construída a partir do foco escolhido pelo jornalista, em função de critérios discutidos anteriormente. O foco permite a abordagem mais aprofundada de um único aspecto, com o objetivo de revelar o conjunto, tendo em vista que a reportagem aborda um assunto, como explica Lage (2006): “a reportagem não cuida da cobertura de um fato singular ou de uma série de fatos, mas do levantamento de um assunto ou do relato de um episódio complexo, de acordo com um ângulo preestabelecido” (Idem. p. 54).

A reportagem representa uma realidade construída pelos jornalistas e está sujeita a uma série de valores inerentes à prática jornalística, ao veículo e ao próprio jornalista, como já discutido. A narrativa reflete, então, as forças que produzem as notícias: social, cultural, política, institucional e individual. A reportagem não é, portanto, um espelho do real. O enquadramento escolhido determina o que será abordado e como será abordado, o que contribui de forma significativa na construção da imagem de realidade que o público apreende. A construção do enfoque segue uma hierarquia de valores (os critérios de

noticiabilidade): interesse público, novidade, relevância dos fatos, atualidade, nova abordagem para algo conhecido.

Reportagem é também investigação. Ela pode ser empreendida a partir de denúncias, documentos, investigações, relatórios. O jornalista deve se portar como um investigador, tentando observar o todo, mas também os detalhes. Por ser um gênero que explora um assunto, uma boa reportagem deve ser feita a partir de pesquisa crítica e sistemática, diversas entrevistas e contrastes de depoimentos e opiniões além de apresentar interpretação por meio de especialistas, estudiosos, institutos de pesquisa, universidades. Isso porque a reportagem, por ter um caráter mais interpretativo, deve explorar ao máximo um assunto e tentar apresentar múltiplas informações ao leitor. É um meio quente, segundo definição de McLuhan (1999), porque “prolonga um único sentido”, no caso, a visão, e “em alta definição”, por meio da “saturação de dados”, isto é, a reportagem de revista é composta não só pelo texto escrito, mas também por fotografias, ilustrações, gráficos, infográficos, cores, tipografias etc. A reportagem de revista, em sua busca por ser completa, acaba por esgotar os espaços a serem preenchidos pelo leitor.

A espacialidade do escrito e do impresso permite também que lhes associemos elementos icônicos variados (esquemas, desenhos, gravuras, fotos etc.) e um paratexto. Denominamos “paratexto” o conjunto de fragmentos verbais que acompanham o texto propriamente dito; pode se tratar de unidades amplas (prefácios, textos figurando na capa etc.) ou de unidades reduzidas: um título, uma assinatura, uma data, um intertítulo, uma rubrica (“fait divers”, “editorial”, “anúncios” etc.), notas de rodapé, comentários na margem (MAINGUENEAU, 2002. p. 81).

1.3.4.1. Três momentos importantes na construção da reportagem

A produção de uma reportagem é um processo em que a redação é uma das últimas partes. Embora seja muito importante saber organizar as palavras em um texto que seja claro e consiga transmitir as informações com eficiência e eficácia, o texto é o resultado do material que o jornalista coletou para a construção da reportagem. Esse processo contempla diversas fases: pré-apuração (pesquisa de fontes, documentos, dados), escolha do assunto, recorte dentro do assunto, construção da pauta, apuração, redação e edição.

Dessas etapas, destaco a construção da pauta (início da pesquisa), a apuração (entrevistas, pesquisas, fontes) e a edição (construção do texto e do discurso) como os momentos mais influentes na construção do discurso de uma reportagem.

A pauta funciona como roteiro da matéria: apresenta o assunto, detalha como a reportagem será focada, indica fontes, levanta hipóteses, define os métodos de apuração, aponta os objetivos que se pretende alcançar. A pauta é criada a partir de um acontecimento

que dá um gancho para a matéria – uma descoberta científica, uma mudança de paradigma, um escândalo etc. Identificado o fato gerador da matéria, ativa-se o “google interior”¹⁵ na busca e reunião do máximo de informações sobre o assunto que será reportado.

A pauta deve indicar de que maneira o assunto será abordado (a linha editorial); prever que tipo de ilustrações, e quantas, a reportagem terá; precisar o tempo de apuração, os deslocamentos da equipe, o tamanho e até a linha editorial da matéria. Para tudo isso, é preciso dispor de dados (LAGE, op.cit. p. 55).

A segunda etapa é a apuração: Em *A apuração da notícia*, o jornalista Luiz Costa Pereira Junior (2006) destaca que a matriz da notícia não é o “*universal* que chamamos no jornalismo de notícia” (PEREIRA JUNIOR, 2006), mas a percepção. A construção da reportagem se dá a partir dessa percepção, que é a bagagem que o jornalista possui sobre o tema, ou o interesse em determinado assunto, que passa por uma delimitação. É essa delimitação que vai dar o foco e transformar um acontecimento em notícia.

Pereira Junior (2006) afirma, ainda, que o jornalismo é “uma disciplina de verificação instrumental” (Idem.). A matéria jornalística é uma interpretação de um fato, um recorte que é feito com base em aspectos tanto subjetivos, como objetivos. Subjetivos no sentido de que o jornalista vai interpretar a realidade a partir de sua bagagem, suas experiências de vida, convicções, conhecimentos adquiridos. Objetivos no sentido de que a forma, a técnica como serão coletadas e transmitidas as informações são pré-estabelecidas pelos valores inerentes à atividade jornalística, mas também influenciam o resultado de representação da realidade: “(...) o texto *só é* porque é levantamento de informações” (Idem).

Em geral, resumimos os eventos, enfatizamos trechos vitais, mudamos a cronologia. Expor o acontecido significa, antes de mais nada, escolher episódios, aproximar eventos dispersos, privilegiar um incidente em lugar do outro. Unidade primordial da informação, a notícia encurta trechos expositivos, estica outros, relembra episódios correlatos ou suprime momentos inteiros, sem dó nem piedade. Tudo só para que a história caiba no espaço determinado a ela, seja feita no prazo predeterminado e o público assimile de forma mais contundente o que lhe é contado (Idem. p.19).

A apuração para uma reportagem difere em partes do levantamento feito para a notícia, porque o espaço para a reportagem é maior e ela não trabalha apenas com um acontecimento, mas com um assunto. O momento da apuração consiste em levantamento de fontes documentais, cruzamento de dados, entrevistas e coleta de depoimentos. É uma

¹⁵ Expressão que ouvi do meu professor de Técnicas de Produção Jornalística da Universidade Católica de Brasília, Lunde Braghini, ao se referir ao momento em que o repórter, para desenvolver a pauta, faz uma pesquisa pela memória, em busca de histórias, pessoas, lembranças que possam ser úteis e servir de referência.

investigação. Geralmente, o que se observa nas reportagens é que o jornalista consulta diversas fontes para construir a narrativa: especialistas (para contextualizar/explicar), autoridades (para justificar), pesquisas e dados oficiais (para legitimar, comprovar) e personagens (para exemplificar).

Colhidas as informações, começa o processo de escrita e edição que é a construção do discurso a ser analisada.

Superadas estas questões que permeiam todo o processo de concepção e construção da reportagem, é possível passar à análise do discurso para identificar marcas e manifestações de valores ou opiniões a respeito da questão construída em torno do sexo e de que forma essas manifestações reproduzem, desafiam ou tendem a reestruturar outros discursos, a partir da seleção vocabular, dos títulos e de recursos visuais e linguísticos, como as citações.

CAPÍTULO II

Em cena

2.1. Atuação da AD

Para analisar o discurso das revistas semanais sobre sexo, foram selecionadas quatro reportagens – *Como é gostoso ler sobre sexo* (*Veja*, 26 de setembro de 2012), *Direto ao ponto* (*Veja*, 13 de fevereiro de 2013), *Os novos profissionais do prazer* (*Época*, 19 de outubro de 2012) e *Como esquentar o sexo* (*Época*, 15 de abril de 2013)¹⁶ – cujos aspectos serão observados sob a metodologia da escola francesa de análise do discurso, também conhecida pela abreviação de AD francesa.

A principal motivação que levou à escolha desses periódicos, em detrimento de outras revistas semanais de informação geral, é serem *Veja* e *Época* as duas maiores revistas brasileiras em termos de circulação, o que leva a inferir que ambas possuem maior influência no agendamento e na disseminação de informação no cenário nacional, em relação às demais. Esse caráter de agendamento diz respeito à capacidade dos produtos midiáticos de, por meio das informações que divulga, contribuir para o conhecimento de mundo das pessoas, como observa Traquina (2005):

Ao longo dos séculos, as pessoas (...) têm desejado ser informadas sobre o que as rodeia, usando o jornalismo (...) para se manterem em dia com os últimos acontecimentos, para os combinarem com um conhecimento dos tópicos que lhes permita participar de conversas pessoais e de grupo, talvez para se sentirem reassseguradas de que através dos vários produtos do jornalismo não estão a perder algo, ou para serem fascinadas pelas alegrias ou tragédias da vida (TRAQUINA, 2005. p. 20).

Também o caráter informação geral me pareceu mais relevante em relação às revistas específicas sobre o tema do sexo, já que aquelas têm um público mais amplo, mais heterogêneo. Desde o início da concepção deste trabalho, meu objetivo era trabalhar com veículos impressos, o que contribuiu também para a escolha do formato revista, tendo em vista que os jornais têm características mais locais e meu objetivo é analisar textos que têm alcance nacional. Embora a internet permita que uma reportagem publicada num pequeno jornal local possa ter alcance nacional, ainda assim é difícil ter uma noção precisa desse alcance. Os periódicos selecionados, por outro lado, possuem dados estatísticos que comprovam a quantidade de exemplares impressos em circulação, além de informações sobre o público leitor. Desse modo, é possível identificar também a quem as reportagens se dirigem,

¹⁶ As reportagens encontram-se em Anexos.

no caso, às classes A e B, historicamente àquelas a quem o discurso sobre o sexo como um valor tem se dirigido. Segundo Foucault (1988), ao discutir a origem da problematização da sexualidade no âmbito da ciência e medicina:

foi na família “burguesa”, ou “aristocrática”, que se problematizou inicialmente a sexualidade das crianças ou dos adolescentes; e nela foi medicalizada a sexualidade feminina; ela foi alertada em primeiro lugar para a patologia possível do sexo, a urgência em vigiá-lo e a necessidade de inventar uma tecnologia racional de correção. Foi ela o primeiro lugar de psiquiatrização do sexo. Foi quem entrou, antes de todas, em eretismo sexual, dando-se a medos, inventando receitas, pedindo o socorro das técnicas científicas, suscitando, para repeti-los para si mesma, discursos inumeráveis. A burguesia começou considerando que o seu próprio sexo era coisa importante, frágil tesouro, segredo de conhecimento indispensável. (...) uma das primeiras [personagens] a ser sexualizada foi (...) a mulher “ociosa”, nos limites do “mundo” – onde sempre deveria figurar como valor – e da família, onde lhe atribuíam novo rol de obrigações conjugais e parentais: assim apareceu a mulher “nervosa”, sofrendo de “vapores”; foi aí que a histerização da mulher encontrou seu ponto de fixação. Quanto ao adolescente, desperdiçando em prazeres secretos a sua futura substância, é a criança onanista que tanto preocupou médicos e educadores, desde o fim do século XVIII até o fim do século XIX, não era o filho do povo, o futuro operário a quem se deveria ensinar as disciplinas do corpo; era o colegial, a criança cercada de serviçais (...) é que corria o risco de comprometer menos uma força física do que capacidades intelectuais, que tinha o dever moral e a obrigação de conservar, para sua família e sua classe, uma descendência sadia (FOUCAULT, 1988. p. 114).

Como meu objetivo é analisar o atual discurso sobre a sexualidade na imprensa, optei por selecionar as duas últimas reportagens publicadas nas referidas revistas que tratassem do assunto. Outro aspecto das publicações que vale ressaltar é que elas são editadas por duas grandes empresas de comunicação brasileiras, o que pode conferir-lhes o status de imprensa tradicional, ou grande imprensa.

A AD francesa, segundo Dominique Maingueneau (1989), um dos mais expressivos teóricos da análise do discurso, “se apoia crucialmente sobre os conceitos da linguística” (MAINGUENEAU, 1989. p. 13) articulados com a história. Isso porque sua origem se dá na combinação do estruturalismo de Saussure com a tradição francesa de análise de textos no âmbito escolar, como explica Maingueneau: “é preferível interpretá-la, no interior de uma certa tradição, como o encontro de uma conjuntura intelectual e de uma prática escolar (...) Na França e, de forma geral, na Europa, é tradição associar fundamentalmente reflexão sobre os textos e história” (MAINGUENEAU, 1989. p. 9). A AD também tem como precursora a filologia, que, resumidamente, pode ser definida como o “estudo da linguística com o objetivo de assegurar uma interpretação exata” (idem. p. 10).

A AD se desenvolveu na conjuntura intelectual estruturalista da década de 1960, numa articulação entre “a ‘escritura’, a linguística, o marxismo e a psicanálise” (idem. p. 10).

A análise do discurso na França é, sobretudo, – e isto desde 1965, aproximadamente – assunto de linguistas (...), mas também de historiadores (...) e de alguns psicólogos (...). A referência às questões filosóficas e políticas, surgidas ao longo dos anos 60, constitui amplamente a base concreta, transdisciplinar de uma convergência (...) sobre a questão da construção de uma abordagem discursiva dos processos ideológicos (PÊCHEUX apud MAINGUENEAU, 1989. p. 10).

Já quanto à “prática escolar”, explica Maingueneau (1989), está relacionada à “explicação de textos” característica do sistema de ensino Francês, “onde a literatura desempenha um grande papel” (Idem. p. 10). Apesar dessa origem ligada à linguística, a AD extrapola os limites do texto escrito e tem como propósito também analisar a situação de comunicação, como define Maingueneau (2002): a AD “associa intimamente a organização textual e a situação de comunicação” (MAINGUENEAU, 2002. p. 12). Essa associação acontece porque, para a AD, um discurso não pode ser analisado fora de contexto, uma vez que o contexto é parte constituinte do texto. Segundo Maingueneau (2002), “O contexto não se encontra simplesmente ao redor de um enunciado que conteria um sentido parcialmente indeterminado (...) a própria ideia de um enunciado que possua um sentido fixo fora de contexto torna-se insustentável” (MAINGUENEAU, 2002. p. 20). Impende inferir dessa colocação que, uma vez que os discursos são indissociáveis da época histórica à qual pertencem, é possível identificar as preocupações de um determinado segmento da sociedade brasileira em torno da sexualidade a partir do que é dito nas reportagens sobre sexo.

O objeto da AD são as formações discursivas. O termo *formação discursiva* foi desenvolvido pelo filósofo francês Michel Foucault (1969) para explicar aquilo que define “o que pode e deve ser dito (articulado sob a forma de uma alocução, um sermão, um panfleto, uma exposição, um programa etc.) a partir de uma posição dada em uma conjuntura determinada” (FOUCAULT apud MAINGUENEAU, 1989. p. 22). A AD relaciona-se, então, com textos produzidos “no quadro de instituições que restringem fortemente a enunciação”, “nos quais se cristalizam conflitos históricos, sociais etc.”, “que delimitam um espaço próprio no interior de um interdiscurso limitado” (MAINGUENEAU, 1989. p. 13-14). Isto quer dizer, em suma, que a AD analisa os discursos dentro de um espaço discursivo, considerando sua enunciação “como o correlato de uma certa *posição* sócio-histórica na qual os enunciadore se revelam substituíveis” (MAINGUENEAU, 1989. p. 14).

A AD teve origem na linguística, seu método é o “estruturalismo”, que relaciona a linguística à história. Seus objetivos são de propósitos textuais: explicação – forma, construção do objeto. A princípio, a AD se restringia à análise dos textos escritos, produzidos por um quadro institucional doutrinário.

O domínio da AD, mesmo restringido desta forma, permanece ilimitado. Costuma-se recorrer a tipologias funcionais (discurso jurídico, religioso etc.) ou formais (discurso narrativo, didático etc.), mas o estudo destes últimos constitui apenas uma etapa preliminar para a AD, não seu objetivo. Ela cruza-os uns com os outros, especificando-os espacial e temporalmente, associando-os necessariamente às condições de produção particulares: o discurso jurídico didático de tal época e tal lugar, o discurso polêmico filosófico em tal contexto, com todas as especificações ulteriores que se desejar etc. A AD pode também, e é o caso mais frequente, realizar o movimento inverso a partir de uma ou várias formações discursivas (a imprensa socialista, os manifestos feministas, o discurso de determinada corrente da crítica literária etc.) (MAINGUENEAU, 1989. p.16).

As reportagens analisadas neste trabalho, por serem textos jornalísticos produzidos e publicados em revistas semanais de informação geral, não têm caráter doutrinário, porque não pretendem convencer ou impor uma doutrina. Mas têm a intenção de produzir algum tipo de conhecimento, como pode ser verificado nos princípios editoriais das publicações, como abordarei mais adiante. Além disso, o discurso jornalístico, como discutido no capítulo anterior, é produzido por uma instituição e tem fortes relações com o poder de representação da realidade, ou seja, as reportagens podem ser consideradas formações discursivas, na medida em que é possível identificar nelas a representação de conflitos históricos e sociais. Outro ponto que justifica a aplicação da AD neste estudo é o tema das reportagens. Como o gênero reportagem não trata apenas de um acontecimento isolado, mas de um assunto, e no caso deste trabalho, o sexo, é possível empregar o método da AD, que utiliza conceitos da linguística e da história, para identificar as características do conhecimento que vem sendo produzido em torno do sexo. A questão da sexualidade também está ligada a instituições de poder desde sua origem, como observa Foucault (1988):

a sexualidade estava ligada a dispositivos recentes de poder; esteve em expansão crescente a partir do século XVII, a articulação que a tem sustentado, desde então, não se ordena em função da reprodução; esta articulação, desde a origem, vinculou-se a uma intensificação do corpo, à sua valorização como objeto de saber e como elemento nas relações de poder (FOUCAULT, 1988. p. 101-102).

Ainda hoje é possível perceber a sexualidade ligada a dispositivos de poder, por meio do discurso construído em torno do sexo, numa tentativa de medicalizar a sexualidade, de maximizar o prazer, de postular um jeito certo de se fazer sexo e, a partir disso, ser mais feliz,

ter mais saúde, trabalhar melhor etc. Quem não gosta de sexo é visto como detentor de algum distúrbio, assim como quem gosta demais. Essa institucionalização da prática sexual pode ser verificada por um discurso comum às reportagens publicadas, que, ao tratar de determinadas questões e silenciar outras, acabam por construir um quadro representativo do que é normal e anormal quando se fala em sexo? Esse discurso comum é o que na AD é entendido como *interdiscurso* e será melhor explicado adiante.

A AD francesa emprega métodos e pressupostos teóricos da linguística sempre combinados à história para tentar captar o que está materializado no texto, sem, contudo, neutralizar o discurso – ou ater-se a mensagens subliminares –, com o objetivo de “construir procedimentos que exponham o olhar-leitor a níveis opacos à ação estratégica de um sujeito” (MAINGUENEAU, 1989. p.11). O objetivo da AD é o de construir interpretações a partir do estudo do emprego da linguagem na formação discursiva. A AD considera o texto como um vestígio do discurso, sendo necessário compreender toda uma cena que foi construída pelo conjunto de enunciados. “Um texto não é um conjunto de signos inertes, mas o rastro deixado por um discurso em que a fala é encenada” (MAINGUENEAU, 2002. p. 85).

2.1.1. As regras do discurso

“Não se deve falar para não dizer nada” – ouvi esta frase em uma das minhas primeiras aulas de jornalismo e ela me acompanhou durante toda a graduação, sem que eu soubesse que se tratava de uma lei do discurso. A Lei da informatividade, de acordo com Maingueneau (2002) postula “que não se deve falar para não dizer nada, que os enunciados devem fornecer informações novas ao destinatário” (MAINGUENEAU, 2002. p. 36). Parece óbvio que *não se deve falar para não dizer nada*, mas esta sentença ajuda na compreensão do que é discurso.

Como discutido no capítulo anterior, o discurso jornalístico está sujeito a uma série de regras e valores que fazem parte do espaço discursivo no qual está inserido. Mas o que é discurso? Para que servem essas leis? O conjunto das mais diversas formações discursivas que interagem em uma determinada conjuntura integram o que a AD define como universo discursivo. “Este conjunto é necessariamente finito, mas irrepresentável, jamais concebível em sua totalidade pela AD. Quando uma tal noção é utilizada, é essencialmente para aí recortar os ‘campos discursivos’” (MAINGUENEAU, 1989. p. 116). Um campo discursivo compreende um “conjunto de formações discursivas que se encontram em relação de concorrência, em sentido amplo, e se delimitam por uma posição enunciativa em uma dada

região” (Idem. Ibidem). O jornalismo é, nesse sentido, um campo discursivo, e as reportagens são um gênero desse campo, inscritas em um espaço discursivo: as revistas semanais. “O ‘espaço discursivo’, enfim, delimita um subconjunto do campo discursivo, ligando pelo menos duas formações discursivas que, supõe-se, mantém relações privilegiadas, cruciais para a compreensão dos discursos considerados” (Idem. p. 117). O fato de as reportagens escolhidas estarem publicadas em revistas semanais de informação geral dá ao discurso propriedades e valores diferentes do que, por exemplo, ocorreria se estivesse escrito em um panfleto distribuído na rua. “(...) a atividade enunciativa ligada a um gênero de discurso; o lugar social do qual ele emerge, o canal por onde ele passa (oral, escrito, televisivo...), o tipo de difusão que implica etc., não são dissociáveis do modo como o texto se organiza” (MAINGUENEAU, 2002. p. 12).

O discurso pode ser compreendido como um conjunto de ideias organizadas por meio de uma linguagem com a intenção de provocar algo – um sentimento, uma reflexão, algum tipo de influência – em seu destinatário. O discurso é formado pela intertextualidade e depende do destinatário para que seu sentido seja completo.

Quaisquer que sejam os conjuntos de significados construídos pelos discursos, eles só podem ser eficazes se eles nos recrutam como sujeitos. Os sujeitos são, assim, sujeitados ao discurso e devem, eles próprios, assumi-lo como indivíduos que, dessa forma, se posicionam a si próprios (WOODWARD, 2000. p.55).

O discurso é, portanto, um conjunto de textos verbais e não verbais (as imagens que compõem a reportagem, as cores utilizadas, os gráficos e infográficos também são parte do discurso jornalístico, por exemplo) que interagem de forma a construir um sentido. As regras que mantêm a legitimidade social são o que fundamentam o discurso. A força do discurso está no sistema de regras que lhe dão sentido, o justificam, o fazem existir.

todo ato de enunciação é fundamentalmente **assimétrico**: a pessoa que interpreta o enunciado reconstrói seu sentido a partir de indicações presentes no enunciado produzido, mas nada garante que o que ela reconstrói coincide com as representações do enunciadador. Compreender um enunciado não é somente referir-se a uma gramática e a um dicionário, é mobilizar saberes muito diversos, fazer hipóteses, raciocinar, construindo um contexto que não é um dado preestabelecido e estável. A própria ideia de um enunciado que possua um sentido fixo fora de contexto torna-se insustentável. (...) fora de contexto, não podemos falar realmente do sentido de um enunciado, mas, na melhor das hipóteses, de coerções para que um sentido seja atribuído à sequência verbal proferida em uma situação particular, para que esta se torne um verdadeiro enunciado, assumido em um lugar e em um momento específicos, por um sujeito que se dirige, numa determinada perspectiva, a um ou vários sujeitos (MAINGUENEAU, 2002. p. 20)

Em síntese, o discurso pode ser definido como a combinação de interação entre sujeitos, intertexto e contexto com o objetivo de produzir algum tipo de influência. Os discursos podem ser classificados de diversas formas: científico, místico, religioso, político, amoroso, midiático – cada um contendo características próprias de funcionamento. A mídia tem seu próprio discurso com suas ordens e suas formas de funcionamento. Esse discurso carrega fundamentos como a busca pela verdade e objetividade. Traquina (2005) aponta o desenvolvimento desses valores no jornalismo concomitante com o contexto social e intelectual do século XIX, a partir de uma necessidade de refletir a realidade:

é no século XIX, em que o positivismo é reinante, que todo o esforço intelectual tanto na ciência como na filosofia como ainda, mais tarde, na sociologia e outras disciplinas, ambiciona atingir a perfeição de um novo invento, invento esse que parecia ser o espelho há muito desejado, cujas imagens eram reproduzíveis, cuja autoridade era incontestável – a máquina fotográfica (TRAQUINA, 2005. p. 51).

A objetividade jornalística diz respeito não a uma oposição à subjetividade, inerente a todo ser humano e difícil, se não impossível, de não participar da produção de uma reportagem, mas sim às rotinas de produção que são seguidas pelos profissionais, justamente na tentativa de refletir os mais diversos pontos de vista possíveis sobre um determinado assunto. Lage (2006) explica o surgimento dessas rotinas e técnicas de apuração atreladas ao desenvolvimento do jornalismo como empresa nos Estados Unidos, em um esforço de superar a imprensa sensacionalista do início do século XX, que tinha como característica a

ênfase a histórias sentimentais e de crimes, que distraem e ao mesmo tempo projetam aspirações e angústias de grandes massas. O tratamento emocional desses temas gerou o que se chama de imprensa sensacionalista – competitiva, voltada para a coleta de informações a qualquer preço e, eventualmente, mentirosa.

A par do sensacionalismo, e no esforço para superá-lo, os jornalistas americanos conseguiram emprestar rigor às técnicas de apuração e tratamento de informações. Foram buscar no espírito científico o respeito pelos fatos empíricos e o cuidado para não avançar além daquilo que os fatos permitem ao senso comum inferir. O ideal da imparcialidade é parte dessa postura, que se contrapõe ao modelo sensacionalista nos grandes jornais dos Estados Unidos (LAGE, 2006. p. 15).

Lage (2006) afirma ainda que, com o estabelecimento do modelo jornal-empresa, a divisão do trabalho nas redações centralizou a

decisão sobre o que vai ou não ser publicado – em editores que se orientam ora por leis de mercado, ora por conveniências que traduzem o jogo dos grupos de pressão por entidades abstratas como o “interesse nacional”. Os repórteres apuravam e processavam as informações segundo procedimentos padronizados, sem muita ingerência ou até consciência desse processo (Idem. Ibidem.).

Entretanto, a Era Digital modificou mais uma vez esse modelo de produção jornalística, a partir do momento em que as redações passaram a exigir profissionais que pudessem desempenhar diversas funções: “apurar, redigir, corrigir, diagramar as páginas, participar da feitura de infográficos –, numa versão editorial do toiotismo adotados nas fábricas japonesas no processo de recuperação da economia após a Segunda Guerra Mundial” (LAGE, 2006. p. 16).

É dessa objetividade então que se fala, no sentido de ser a prática jornalística uma atividade intelectual, mas também técnica, sujeita a regras de produção. Sabe-se que a objetividade como oposição à subjetividade, bem como a verdade, é um objetivo a ser perseguido, porém longe de ser alcançado. Entretanto, quando um leitor compra um jornal, ou uma revista, ele espera que o que está ali escrito seja verdadeiro, que as informações lhes sejam úteis para compreender, ou no mínimo, lhe acrescentar algum conhecimento sobre a realidade. Essa prerrogativa de objetividade dá à mídia e ao jornalismo, em tese, um discurso que tenta dialogar com os sujeitos e que é construído a partir da investigação. As características da prática jornalística contribuem para fortalecer a capacidade do discurso jornalístico de recrutar seus leitores, que assumem o discurso e se posicionam como sujeitos.

As regras e valores do discurso midiático, no caso dos objetos deste estudo, são explicitadas pelas revistas em seus *princípios editoriais*, onde as publicações expõem as características de suas atividades. A revista *Época*, um produto midiático da Editora Globo, segue os princípios desta empresa, que admite que os valores inerentes àqueles envolvidos na produção de conteúdo podem permear o discurso, mas afirma buscar o equilíbrio, tendo como objetivo informar ao invés de convencer:

(...) a tradição filosófica mais densa dirá que a verdade pode ser inesgotável, inalcançável em sua plenitude, mas existe; e que, se a objetividade total certamente não é possível, há técnicas que permitem ao homem, na busca pelo conhecimento, minimizar a graus aceitáveis o subjetivismo (...) se opta aqui por definir o jornalismo como uma atividade que produz conhecimento. Um conhecimento que será constantemente aprofundado, primeiro pelo próprio jornalismo, em reportagens analíticas de maior fôlego, e, depois, pelas ciências sociais (...) Dizer, portanto, que o jornalismo produz conhecimento, um primeiro conhecimento, é o mesmo que dizer que busca a verdade dos fatos (...) Pratica jornalismo todo veículo cujo propósito central seja conhecer, produzir conhecimento, informar. O veículo cujo objetivo central seja convencer, atrair adeptos, defender uma causa faz propaganda. (...) Algo bem diverso de um jornal generalista de informação: este noticia os fatos, analisa-os, opina, mas com a intenção consciente de não ter um viés, de tentar traduzir a realidade, no limite das possibilidades, livre de prismas.

(...) As Organizações Globo terão sempre e apenas veículos cujo propósito seja conhecer, produzir conhecimento, informar.¹⁷

Já a revista *Veja*, em material produzido para os anunciantes, divulga uma carta de seu fundador, Roberto Civita, onde afirma que a publicação é uma revista isenta, em busca da verdade e sujeita aos valores que regem a prática jornalística, como a objetividade:

Desde a sua primeira edição, em setembro de 1968, VEJA está empenhada em apresentar semanalmente não apenas um grande leque de informações confiáveis, mas também o contexto e a análise que permitem colocar os fatos em perspectiva e entendê-los melhor.

É fundamental, para isso, que a revista seja independente, isenta, inteligente e responsável. Que não admita pressões de governos e governantes, amigos e inimigos, acionistas e anunciantes. Que busque a objetividade. E que esteja comprometida – sempre – com a liberdade e a verdade. (...) É preciso reunir centenas de competentes jornalistas, treiná-los, motivá-los e liderá-los com sensibilidade, imaginação e talento.

O sucesso de VEJA depende – acima de tudo – do fato de ela ser útil aos seus leitores. (...)

Nada mais oportuno que reiterar o compromisso permanente de VEJA com a transformação do importante em interessante, com a isenção e a responsabilidade jornalística, e com a defesa intransigente dos interesses do Brasil.¹⁸

A noção do funcionamento da prática jornalística, no entanto, nos permite duvidar que os ideais de isenção e objetividade propalados pelas revistas sejam efetivados. Importa-nos, sim, observar que a linha editorial é movida pelo desejo de verdade, como se esta fosse algo tangível e concreto e não uma tentativa de escamotear os pontos de vistas defendidos pelas empresas em questão.

A reportagem, conforme discutido no primeiro capítulo, é um gênero do discurso jornalístico que tem como características a análise, o aprofundamento de um assunto, o que a torna uma fonte de informação e conhecimento. Por ser um gênero do discurso, a reportagem está sujeita a leis do discurso. As leis do discurso são importantes para assegurar a compreensão dos enunciados, porque pressupõe-se que o interlocutor as conhece, por exemplo, no caso de uma reportagem de uma revista de informação geral, espera-se que o conteúdo seja verídico, que o jornalista consultou fontes sérias, e que o texto expressa uma realidade – ainda que seja um recorte – e não as opiniões pessoais do jornalista.

(...) para construir uma interpretação, o destinatário deve supor que o produtor do enunciado respeita certas “regras do jogo”: por exemplo, que o enunciado é “sério”, que foi produzido com a intenção de comunicar algo que diz respeito àqueles a quem é dirigido. Evidentemente, a característica

¹⁷ Época: <http://corp.editoraglobo.globo.com/principio>

¹⁸ Veja: http://veja.abril.com.br/especiais/veja_40anos/p_014.html

de ser sério não está no enunciado, mas é uma condição para uma interpretação correta (MAINGUENEAU, 2002. p.31).

Maingueneau (2002) destaca como as principais leis do discurso as leis da pertinência (a enunciação deve interessar ao destinatário), da sinceridade (o enunciador deve estar em condições de garantir a veracidade do seu enunciado), da informatividade, da exaustividade (o enunciador deve dar a informação completa) e da modalidade (o enunciado deve ser claro e direto). As leis do discurso devem ser compreendidas juntamente com os gêneros do discurso para assegurar a eficiência comunicativa dos enunciados. Isto é, essas leis são aplicadas em consonância com as exigências do gênero discursivo. Um texto jornalístico vai exigir uma linguagem diferente da linguagem utilizada em um texto jurídico, por exemplo, porque o texto jornalístico é produzido para um público generalizado, ao passo em que o texto jurídico é feito para um público específico.

O domínio das leis do discurso e dos gêneros de discurso (a competência genérica) são os componentes essenciais de nossa competência comunicativa, ou seja, de nossa aptidão para produzir e interpretar os enunciados de maneira adequada às múltiplas situações de nossa existência. Essa aptidão não requer uma aprendizagem explícita; nós a adquirimos por impregnação, ao mesmo tempo que aprendemos a nos conduzir na sociedade (MAINGUENEAU, 2002. p. 41).

A compreensão do gênero discursivo se faz extremamente necessária porque, como afirma Maingueneau, “o discurso jamais se apresenta como tal, mas sempre na forma de um gênero de discurso particular” (Idem. p. 43). Analisar o discurso é, portanto, compreendê-lo como um conjunto de enunciados inscritos em uma cena enunciativa construída dentro de um espaço enunciativo caracterizado por regras que regulamentam a formação discursiva em questão. Mas é também necessário compreender o discurso como integrante de uma rede porque “a toda formação discursiva é associada uma memória discursiva, constituída de formulações que repetem, recusam e transformam outras formulações. ‘Memória’ não psicológica que é presumida pelo enunciado enquanto inscrito na história” (MAINGUENEAU, 1989. p. 115). Esta é, em síntese, a ideia de *interdiscurso*, a compreensão de que diferentes formações discursivas sobre um mesmo assunto, na verdade compõem um único discurso, e este é um dos aspectos a ser explorado no Capítulo III. No caso das reportagens, é possível empregar o método da AD, a partir da identificação das situações de enunciação, analisando o interdiscurso e observando de que forma as palavras são empregadas para construir sentenças, agregar valores aos enunciados e legitimar a enunciação.

2.2. As cenas

Para iniciar o procedimento da análise das reportagens que integram o corpus da pesquisa nos ateremos à instância da enunciação. Para a AD, a instância enunciativa tanto constitui o sujeito em sujeito de seu discurso como o assujeita: “o sujeito não é interpelado como sujeito, sob a forma universal do sujeito de enunciação, mas em um certo número de lugares enunciativos que fazem com que uma sequência discursiva seja uma alocução, um sermão” (MAINGUENEAU, 1989. p.34). Isso porque a instância enunciativa submete o enunciador às suas regras, ao mesmo tempo em que o legitima: “enunciar não é somente expressar ideias, é também tentar construir e legitimar o quadro de sua enunciação” (MAINGUENEAU, 2002. p. 93).

Foucault (2008) define discurso como “um conjunto de enunciados, na medida em que se apoiem na mesma formação discursiva” (FOUCAULT, 2008. p. 137). Dessa forma, tomaremos as reportagens como um discurso, formado por um conjunto de enunciados dispostos por meio da enunciação:

toda enunciação constitui um ato (prometer, sugerir, afirmar, interrogar etc.) que visa modificar uma situação. Em um nível superior, esses atos elementares se integraram em discursos de um gênero determinado (um panfleto, uma consulta médica, um telejornal etc) que visam produzir uma modificação nos destinatários (MAINGUENEAU, 2002. p. 53).

Isto é, o discurso é composto por enunciados, que são atos dotados de alguma intenção. Esses atos não são praticados ao acaso, eles são destinados a alguém, ainda que o destinatário possa ser um desconhecido. A AD refere-se a este destinatário como co-enunciador, porque ele não é apenas um receptor inerte, mas participa do ato de enunciação.

Toda enunciação, mesmo produzida sem a presença de um destinatário, é, de fato, marcada por uma interatividade constitutiva (fala-se também de dialogismo), é uma troca, explícita ou implícita, com outros enunciadores, virtuais ou reais, e supõe sempre a presença de uma outra instância de enunciação à qual se dirige o enunciador e com relação à qual constrói seu próprio discurso (idem. p. 54).

O enunciador de uma reportagem é o jornalista, entretanto, o texto é escrito em terceira pessoa – pelo menos no caso das reportagens analisadas –, ou seja, o “eu” não aparece. O co-enunciador é o leitor da revista e o momento da enunciação é definido pela data da publicação. No interior dessa situação de enunciação, existem outras situações de enunciação – caracterizadas pela cenografia.

Maingueneau (2002) considera a existência de três situações de enunciação, isto é, cenas onde os enunciadores proferem seus discursos: cena englobante (corresponde ao tipo de

discurso), cena genérica (refere-se ao gênero do discurso) e cenografia. A cenografia, segundo Maingueneau (1989), é compreendida como o “modo pelo qual o enunciador se inscreve (gestualmente) no tempo e no espaço de seu interlocutor” (MAINGUENEAU, 1989. p. 30-31). Aplicando essas situações de enunciação ao corpus deste trabalho, a imprensa é um tipo de discurso, portanto, a cena englobante é a imprensa escrita, ou ainda, as revistas, que também podem ser consideradas como um tipo de discurso. Dentro deste tipo de discurso midiático encontramos a reportagem, um gênero do discurso, que corresponde à cena genérica.

Os gêneros de discurso pertencem a diversos tipos de discurso associados a vastos setores de atividade social. Assim, o “talk show” constitui um gênero de discurso no interior do tipo de discurso “televisivo” que, por sua vez, faz parte de um conjunto mais vasto, o tipo de discurso “midiático”, em que figurariam também o tipo de discurso radiofônico e o da imprensa escrita (MAINGUENEAU, 2002. p. 61-62).

A cenografia é compreendida como a encenação construída na reportagem para constituir o discurso que será analisado.

Todo discurso, por sua manifestação mesma, pretende convencer instituindo a cena de enunciação que o legitima (...), com efeito, tomar a palavra significa, em graus variados, assumir um risco; a cenografia não é simplesmente um quadro, um cenário, como se o discurso aparecesse inesperadamente no interior de um espaço já construído e independente dele: é a enunciação que, ao se desenvolver, esforça-se para constituir progressivamente o seu próprio dispositivo de fala (Idem. p. 87).

2.2.1. Encenações

Definidas as cenas englobante e genérica, passo à discussão da cenografia das reportagens. De acordo com Maingueneau (2002), a cenografia “deve ser adaptada ao produto” (MAINGUENEAU, 2002. p. 88), isso quer dizer que, no caso do discurso jornalístico, a cenografia deve manter uma relação de coerência com a realidade, ao mesmo tempo em que apresenta alguma novidade, já que o leitor de revista busca conhecimento e informação sobre assuntos relacionados ao mundo em que vive e não um conto fantástico, por exemplo. Essas duas características da cenografia de uma reportagem estão presentes no corpus deste trabalho.

“Como esquentar o sexo”¹⁹ é o título da reportagem da revista *Época* que apresenta “25 dicas infalíveis para levar até os casais mais mornos à fervura”²⁰. Na página ao lado, em

¹⁹ Anexo I. Também disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com//Sociedade/noticia/2013/04/como-esquentar-o-sexo.html>>.

preto e branco, a foto de um casal jovem seminu simula um momento de sedução e traz no canto a informação de que “casais que fazem mais de uma viagem juntos por ano fazem mais sexo”²¹. Uma chaminha em cima da informação indica ser aquela uma dica de como esquentar a relação sexual. A reportagem segue dando lições aos casais para que não deixem que a rotina do casamento estrague a relação sexual. A jornalista se baseou em cerca de 20 livros “sobre como apimentar a relação” para escrever a reportagem. No primeiro parágrafo a jornalista constrói um cenário:

Um entende o olhar do outro. São capazes de completar a frase do parceiro. O tempo de relação aumentou o amor e a cumplicidade. Mas a vida sexual não se beneficiou de tamanha familiaridade. A questão não é a intimidade. O problema é a repetição, a rotina e os pequenos aborrecimentos do dia a dia que acham seu lugar num canto da cama.

Época, 15 de abril de 2013. p. 74.

A cenografia é composta pelo casamento feliz e estável, cujo relacionamento sexual está precisando de alguma renovação. Essa encenação é também composta pelas fontes de informação utilizadas pela reportagem, os autores dos livros, que são, em geral, especialistas casados e felizes em seus matrimônios que passaram por problemas sexuais. As fotografias que acompanham a reportagem reforçam a cenografia, uma vez que, como aponta Paulo Bernardo Vaz (2006) “imagem é linguagem e, portanto, participa da constituição da relação dos sujeitos com o mundo” (VAZ, 2006. p. 7). As imagens que compõem uma reportagem têm essa participação ainda mais efetiva, tendo em vista que o que está ali na página da revista, como já foi discutido no Capítulo I, é antecipadamente legitimado pelo leitor que compra a publicação, o que equivale dizer que “toda fotografia produz uma ‘impressão de realidade’ que no contexto da imprensa se traduz em uma ‘impressão de verdade’” (VILCHES apud VAZ, 2006. p. 10).

As fotografias que acompanham a referida reportagem são fotos de editorial, isto é, fotos produzidas com modelos, simulando situações. No caso em análise, são fotografias em preto e branco de um casal jovem e esbelto simulando momentos da vida conjugal e combinam, por exemplo, uma atividade cotidiana como lavar a louça com uma situação de sedução, como a imagem a seguir:

²⁰ Subtítulo da reportagem que aparece na capa da revista *Época*, edição nº 777. Disponível em <http://edgblogs.s3.amazonaws.com/fazcaber/files/2013/04/EP777_escolhida.jpg>. Acesso em 22/06/2013.

²¹ Imagem disponível em: <http://s2.glbimg.com/N_KpKsQYUMOOuXGfcliGi6z99BITQjCVP7YmPFqoD8NIoz-HdGixxa_8qOZvMp3w/e.glbimg.com/og/ed/f/original/2013/04/18/777_sexo1.jpg>. Acesso em 22/06/2013.



Figura 1²²

Com letras maiúsculas brancas sobre um fundo vermelho as páginas duplas da revista *Veja* apresentam a manchete “Direto ao ponto”²³. Abaixo do título uma mão segura uma entrada USB²⁴ com um símbolo feminino e outra segura o outro conector com o símbolo masculino, ensaiando um provável encaixe para transferência de dados. O texto de sustentação explica: “O Bang with Friends, o maior sucesso recente do Facebook, não perde tempo com meias palavras: você quer transar comigo? É a mais nova ousadia da revolução sexual e comportamental promovida pela internet” (*Veja*, 13 de fevereiro de 2013. p. 64-65). A reportagem fala sobre um aplicativo desenvolvido para os membros da rede social Facebook que permite que o usuário selecione dentre a lista de amigos aqueles por quem tem interesse sexual. Caso o interesse seja mútuo, ambos recebem uma notificação e logo ficam

²² Imagem disponível em: <http://s2.glbimg.com/P5568fwGi_O03Zdf0mQOv55ETBfpTDOm1XhbOon93JhIoz-HdGixxa_8qOZvMp3w/e.glbimg.com/og/ed/f/original/2013/04/18/777_sexo3.jpg>. Acesso em 22/06/2013.

²³ Anexo III. Também disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx?edicao=2308&pg=65>>. Acesso em 22/06/2013.

²⁴ “Universal Serial Bus (USB) é um tipo de conexão ‘ligar e usar’ que permite a conexão de periféricos sem a necessidade de desligar o computador”. Fonte: Wikipedia. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Universal_Serial_Bus>. Acesso em 22/06/2013.

sabendo que um está a fim do outro. O objetivo é promover o sexo casual entre amigos. O público do aplicativo, conforme a reportagem mostra, tem entre 18 e 35 anos. A reportagem é, então, construída em um cenário composto por jovens conectados à internet. A diagramação combina esses dois aspectos utilizando objetos que remetem ao universo digital, como os personagens segurando seus computadores e explora o uso da cor vermelha na composição da página, o que pode ser interpretado como uma associação da cor ao erotismo ou ao romance:

Analogia também difusa, sem motivação evidente na realidade, ocorre com o sistema de cores. Tomemos o vermelho: o mesmo tom que forra o chão para que pisem os poderosos tinge a bandeira dos que pretendem destrona-los. Porque se supôs, por muito tempo e com forte implicação conceitual, que o coração fosse a sede dos sentimentos (...), é o vermelho também a cor da paixão. Cor quente, do sangue e do fogo (...). O ponto comum a essas significações do vermelho é a intensidade do estímulo. Esse dado de cultura é forte o bastante para que revolucionários, apaixonados, desenhistas de embalagens e decoradores de ambientes suntuosos tenham clara preferência por essa cor (LAGE, 2006. p. 25-26).



Figura 2²⁵

Embora seja possível perceber que as imagens foram produzidas, uma vez que os fotografados estão fazendo algum tipo de pose, sorrindo e olhando para a câmera – o que evidencia que não estão sendo flagrados em uma situação –, as imagens retratam personagens que aparecem na matéria, o que faz com que, de certa forma, os personagens interajam com o

²⁵ Imagem retirada da versão digital da revista Veja disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx?edicao=2308&pg=65>>. Acesso em 22/06/2013.

leitor e legitimem a enunciação. “O retrato permite uma leitura mais contemplativa do que é posto em cena e permite que o leitor se detenha mais atentamente na apresentação do sujeito na fotografia” (COUTINHO in VAZ, 2006. p. 101). Impende também ressaltar a importância dos personagens na construção da fotografia. Os retratados têm o poder de escolher como querem ser retratados. Apesar de o fotógrafo dirigir a foto, posicionar o fotografado, cada um dos retratados tem uma peculiaridade sua, uma expressão autêntica.

Com a reportagem “Os novos profissionais do prazer”²⁶, a revista *Época* de 19 de outubro de 2012 fala sobre a massagem tântrica que promete levar as pessoas ao orgasmo sem necessidade de erotismo. A massagem é um tipo de terapia para pessoas que têm algum tipo de problema com a sexualidade: “Para quem olha de fora, parece uma atividade motivada por dinheiro ou desejo. Os massagistas dizem que é basicamente altruísmo. Querem ajudar pessoas com problemas sexuais” (*Época*, 19 de outubro de 2012). A cenografia é composta por terapeutas e pessoas que encontraram na massagem a solução para os problemas sexuais e, conseqüentemente, passaram a ser pessoas mais felizes, de acordo com os depoimentos da reportagem. Esta é uma questão a ser abordada no Capítulo III, quando for tratar das matrizes discursivas: a ideia de sexo relacionada à felicidade. A reportagem é composta também por duas fotografias: uma com os terapeutas sentados sobre um tapete lilás, emoldurados por uma escultura budista e um vaso de flores, no que parece ser o centro tântrico; a outra fotografia mostra uma sessão da terapia:



Figura 3²⁷

²⁶ Anexo II. Também disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Sociedade/noticia/2012/10/os-novos-profissionais-do-prazer.html>>. Acesso: 22/06/2013.

²⁷ Imagem disponível em: <http://s2.glbimg.com/zZZTMZUI51AQiPcuT1dagMJIMBmzC6fPhR1KcavzNlhIoz-HdGixxa_8qOZvMp3w/e.glbimg.com/og/ed/f/original/2012/10/19/753_profissionais_prazer_01.jpg>. Acesso: 22/06/2013.

É possível identificar a partir da foto, e também do texto, que a cenografia é composta também por padrões de beleza:

o centro não oferece nenhum tipo de relação sexual, mas mesmo ali se destaca a boa aparência dos funcionários, sejam moças ou rapazes. Na página em que o cliente escolhe por quem quer ser atendido, muitas terapeutas chamam a atenção pela beleza e fotogenia.

Época, 19 de outubro de 2012. p. 104.

Em setembro de 2012 a *Veja* aproveitou como gancho o sucesso do *best seller Cinquenta tons de cinza* para falar sobre os fetiches sexuais e questionar as preferências femininas na cama²⁸. Na manchete “Como é gostoso ler sobre sexo” a palavra sexo sobressalta aos olhos e, já no segundo parágrafo, o jornalista afirma: “Sexo vende” (*Veja*, 26 de setembro de 2012. p. 105). A cenografia é constituída sob uma perspectiva feminina e supervaloriza o sexo como objeto de curiosidade e discussão. Ao longo de 15 páginas, mulheres entre 18 e 73 anos aparecem retratadas ao lado de declarações sobre o livro e sobre sexo. Uma mulher nua, segurando o livro se destaca na página dupla, diagramada em diferentes tons de cinza, numa alusão ao título do livro que também é objeto da matéria.



Figura 4²⁹

A mulher nua, simulando ler o livro, vestindo apenas uma gravata azul, reforça o discurso que é construído na reportagem em torno do fetiche de submissão feminina. A reportagem discute se é verdade que as mulheres sentem prazer em ser submissas entre quatro paredes. O livro serve como referência a um dos personagens da matéria (*Cinquenta tons de*

²⁸ Anexo IV.

²⁹ Imagem retirada da versão digital da revista *Veja* disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx?edicao=2308&pg=65>>. Acesso em 22/06/2013.

cinza). Uma linha do tempo faz um resumo da “história da liberação sexual”, que começa em 1960 com a pílula anticoncepcional e vai até 1998 com o Viagra, passando pelos cabelos curtos e biquínis, divórcio e relacionamentos na internet.

É possível perceber nas reportagens analisadas que a construção das cenas enunciativas é feita de forma a contar uma história ao mesmo tempo em que se tenta fornecer algum tipo de conhecimento ao leitor e, paralelamente, legitimar as informações apresentadas, por meio de personagens que experimentaram as situações narradas e por meio de especialistas que convalidam ou desmitificam as sentenças enunciadas. Dessa forma, o jornalista e o veículo legitimam seu discurso, por meio das situações de enunciação (ou cenografias) que compõem a cena genérica, onde o enunciador é o jornalista e o co-enunciador é o leitor.

Delineada a cenografia em que os enunciados são constituídos a fim de compor um discurso em torno da sexualidade, passaremos à análise, no capítulo seguinte, das matrizes discursivas: o que há em comum nos enunciados das reportagens analisadas? Que questões são repetidas e que questões são deixadas de lado? Quais as características desses discursos? Quem são os enunciadores? E, por fim, que verdades são construídas ou questionadas?

CAPÍTULO III

Sexo para a vida

3.1. As matrizes discursivas

No Capítulo II tentamos demonstrar que a cenografia implica um processo de enlaçamento paradoxal: “ela legitima um enunciado que, por sua vez, deve legitimá-la, estabelecendo que essa cenografia onde nasce a fala é precisamente a cenografia exigida para enunciar como convém, segundo o caso, a política, a filosofia, a ciência, ou para promover uma certa mercadoria” (MAINGUENEAU, 2002. p. 87-88). As reportagens em análise legitimam e são legitimadas pelo discurso que instituem e, além disso, ao ensinar como ter relações sexuais satisfatórias, demonstram valores arraigados em determinado segmento da sociedade brasileira, a saber, o público das revistas, como já demonstrado no Capítulo I, homens e mulheres majoritariamente pertencentes às classes A e B, na faixa etária entre 20 e 50 anos. Embora o corpus deste trabalho seja composto por quatro reportagens diferentes, elas podem ser consideradas como integrantes de um campo discursivo: o discurso da imprensa brasileira sobre sexo. Isso porque, como discutido no capítulo anterior, *um campo discursivo compreende um* “conjunto de formações discursivas que se encontram em relação de concorrência, em sentido amplo, e se delimitam por uma posição enunciativa em uma dada região” (MAINGUENEAU, 1989. p. 116). Ao considerar as reportagens como formações discursivas que integram um único discurso, pode-se identificar, por meio dos enunciados e da cenografia, as tendências desse discurso. A análise das reportagens é feita, então, sob a perspectiva de que as matérias que compõem este corpus devem ser compreendidas como integrantes de um campo discursivo e se relacionam entre si, como observa Maingueneau (1989): “uma formação discursiva não deve ser concebida como um bloco compacto que se oporia a outros (o discurso comunista contra o discurso democrata-cristão, por exemplo), mas como uma realidade ‘heterogênea por si mesma’” (MAINGUENEAU, 1989. p. 112). Impende ressaltar que o objetivo não é agrupar as formações discursivas de modo a opô-las ou reduzi-las à unidade, tendo em vista que a AD “não pretende reduzir à unidade todas as formações discursivas de uma conjuntura, definindo uma invariante universal” (Idem. p. 118), mas, sim, identificar de que modo essas formações discursivas conversam umas com as outras e constroem, reafirmam ou refutam as verdades que são postuladas em torno do sexo, pois, como aponta Maingueneau (1989): “Em um dado momento, uma formação discursiva é associável a certos trajetos interdiscursivos e não a outros, e isto faz parte integrante de sua

especificidade” (Idem. Ibidem). O objetivo é apreender a “interação entre formações discursivas” (Idem. p. 119).

Embora as reportagens que integram o corpus desta análise tenham sido publicadas em duas revistas diferentes, entre setembro de 2012 e abril de 2013, e abordem o sexo sob temáticas diferentes, elas possuem um discurso comum. Esse discurso comum é aqui apresentado como as matrizes discursivas. De acordo com Maingueneau (1989), as formações discursivas estão envoltas em polêmicas que são o desenvolvimento do próprio discurso:

as eternas polêmicas em que as formações discursivas estão envolvidas não surgem de forma contingente do exterior, mas são a atualização de um processo de delimitação recíproca, localizado na própria raiz dos discursos considerados. Dizer que a interdiscursividade é constitutiva é também dizer que um discurso não nasce, como geralmente é pretendido, de algum retorno às próprias coisas, ao bom senso, etc., mas de um trabalho sobre outros discursos (MAINGUENEAU, 1989. p. 120).

Ou seja, as matrizes discursivas são discursos comuns às reportagens analisadas resultantes de um discurso que vem sendo construído ao longo dos séculos. Esse discurso é heterogêneo, mas possui pontos em comum, ainda mais quando se fala em formações discursivas dentro de um espaço delimitado e consolidado como instituição, como no caso das revistas selecionadas. As matrizes discursivas que identifiquei e abordarei a seguir reforçam a representação do sexo como um tipo de valor, ainda que sob perspectivas diferentes:

Desde o Relatório Kinsey, o mais completo inventário sobre a sexualidade humana jamais elaborado, conduzido pelo biólogo americano Alfred Kinsey e publicado em 1948, uma infinidade de estudos tentou traduzir em porcentagens os desejos e aspirações sexuais de homens e mulheres.

Veja, 26 de setembro de 2012. p. 110.

O sexo nas reportagens analisadas aparece como algo que desperta o interesse das pessoas e é essencial a uma vida saudável. Este exemplo reforça a vontade de saber sobre o sexo, a necessidade de encontrar uma verdade sobre ele. O sexo é objeto de estudo, ao ponto de existir um inventário sobre a sexualidade humana, além de uma “infinidade de estudos” sobre as “aspirações sexuais de homens e mulheres”.

“Minha satisfação pessoal é ver a evolução dos clientes”, afirma Ivy Fasanella, a Yamini, ex-dentista que atende no centro Metamorfose. “Adoro saber que o sexo deles em casa melhorou. Quando isso acontece, a vida toda muda para melhor.” (...) O professor de ioga Pedro Salgado, namorado de Ivy, não se importa. Ele diz que ajudar no desenvolvimento sexual das pessoas é “um objetivo nobre”.

Época, 19 de outubro de 2012. p. 106.

A partir do depoimento da terapeuta expressando sua satisfação com a evolução do desempenho sexual dos clientes, a observação de que quando o sexo melhora, a vida dos

clientes muda para melhor, e a declaração do namorado que considera a ajuda no “desenvolvimento sexual das pessoas” algo nobre, é possível perceber que os enunciados constroem um discurso de valorização do sexo, como algo célebre, capaz de provocar grandes influências na qualidade de vida e nos relacionamentos.

O atraso do cinema, a demora para responder à ligação e qualquer discussão banal viram motivo para desanimar o casal e adiar o sexo – ou minar sua qualidade. O desafio não é encontrar novas posições nem uma maneira mais gostosa de fazer massagem. É descobrir em que momento o cotidiano está prejudicando o erotismo. “Os ingredientes que nutrem o amor, como reciprocidade, proteção, preocupação e responsabilidade com o outro, às vezes são os mesmos que sufocam o desejo”, diz a terapeuta especialista em sexo Esther Perel, autora do livro *Sexo no cativeiro: driblando as armadilhas do casamento* (Editora Objetiva). Esse é apenas um dos muitos títulos oferecidos nas livrarias sobre como alimentar a relação sexual.

Época, 15 de abril de 2013. p. 74.

De forma um pouco inversa ao exemplo anterior, no trecho extraído da reportagem de 15 de abril, são os problemas e a rotina cotidiana que minam a qualidade do sexo. Mas o próprio fato de uma reportagem se dedicar a corrigir esse problema suscita a necessidade de um sexo de qualidade para uma vida feliz. Ao mencionar que existem muitos livros com o mesmo propósito à venda, a jornalista reafirma o alto valor do sexo como objeto de interesse.

O Bang with Friends, o maior sucesso recente do Facebook, não perde tempo com meias palavras: você quer transar comigo? É a mais nova ousadia da revolução sexual e comportamental promovida pela internet.

Veja, 13 de fevereiro de 2013. p. 65.

Por fim, o trecho extraído da reportagem de *Veja* sobre o aplicativo Bang with Friends fala sobre uma “revolução sexual”, ou seja, o sexo é algo tão importante em nossa sociedade, que suscita até revoluções. De acordo com Foucault (1988) essa valoração do sexo como digno de estudo, questionamento e discussão começou no século XVIII atrelada à acusação de que o sexo vinha sendo calado, censurado:

Desde o século XVIII o sexo não cessou de provocar uma espécie de erotismo discursivo generalizado. (...) Desenfurnam-no e obrigam-no a uma existência discursiva. Do singular imperativo, que impõe a cada um fazer de sua sexualidade um discurso permanente, aos múltiplos mecanismos que, na ordem da economia, da pedagogia, da medicina e da justiça incitam, extraem, organizam e institucionalizam o discurso do sexo, foi imensa a prolixidade que nossa civilização exigiu e organizou. (...) convencemo-nos por um estranho escrúpulo de que dele não falamos nunca o suficiente, de que somos demasiado tímidos e medrosos, que escondemos a deslumbrante evidência, por inércia ou submissão, de que o essencial sempre nos escapa e ainda é preciso partir à sua procura (FOUCAULT, 1988. p. 34-35).

O sexo como algo de valor, digno de conhecimento, capaz de ser causa ou solução de problemas emocionais, necessário ao sucesso dos relacionamentos conjugais etc. forma os conjuntos representacionais identificados no discurso das revistas. Nesta análise serão abordados quatro conjuntos representacionais comuns nas reportagens selecionadas: os dispositivos de aliança, amor e paixão; a busca pela felicidade; o que é certo e o que é errado; beleza e juventude. A questão da sexualidade atrelada a dispositivos de aliança é facilmente identificada nas reportagens, uma vez que o sexo nunca é tratado de forma isolada, ele está sempre relacionado ao casamento, ao namoro, ao amor, à paixão.

A busca pela felicidade é associada, nas matérias analisadas, à busca pelo prazer ideal. O sexo é algo que, se feito de forma correta, pode proporcionar sensações capazes de transformar a vida das pessoas, como mostra a reportagem *Os novos profissionais do prazer*.

E já que o sexo deve ser perfeito de forma a proporcionar prazeres extremos, é preciso ensinar as pessoas a fazê-lo de forma correta. As reportagens, de forma direta e indireta, acabam por promover um discurso que indica existir um jeito certo de fazer sexo para que ele possa trazer benefícios à vida das pessoas.

Por fim, as cenografias que compõem as reportagens contribuem para reforçar a associação da prática sexual à jovialidade e a padrões de beleza.

3.1.1. Jovem e bonito

Uma característica comum às reportagens é que a cenografia é composta de forma a associar o sexo a padrões de beleza e à jovialidade. As situações de enunciação em que as narrativas são construídas estão ancoradas em um cenário jovem, que pode ser observado, principalmente, a partir das fotografias. Embora as reportagens de *Época* sejam destinadas uma a casais cujo envolvimento sexual precise de algum tempero e a outra a pessoas com alguma disfunção sexual, a primeira, *Como esquentar o sexo*, é acompanhada por fotografias de editorial, com belos casais que aparentam ser modelos simulando situações de sedução (Figura 5) e, na segunda, *Os novos profissionais do prazer*, os retratos dos terapeutas permitem identificar traços que correspondem aos padrões de beleza ocidental (Figura 6).

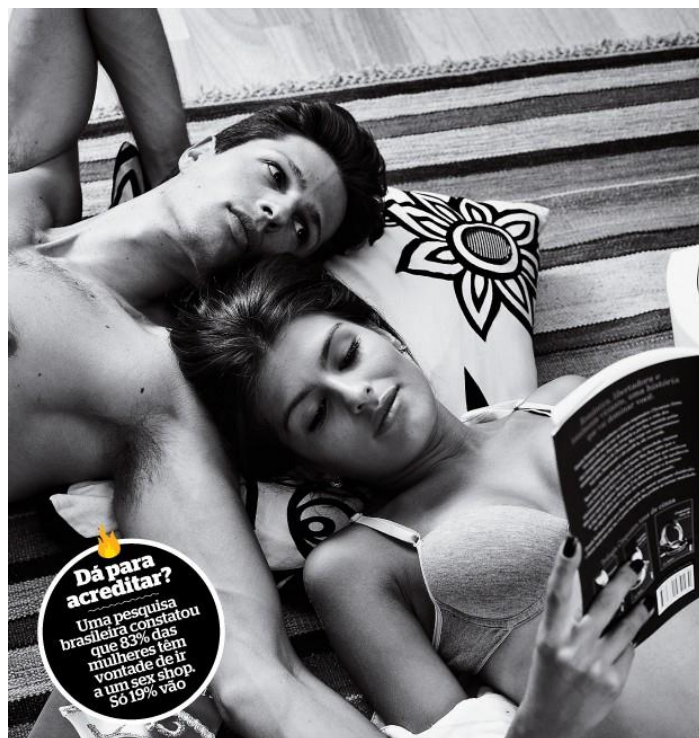


Figura 5³⁰



Figura 6³¹

As fotografias, de acordo com Lage (2006) “são unidades semânticas autônomas de grande valor referencial” porque “fixam e comentam momentos” (LAGE, 2006. p. 12). As reportagens de *Veja* abordam questões mais relacionadas ao comportamento da sociedade em

³⁰ Anexo I. Imagem também disponível em: <http://s2.glbimg.com/MXft9OvdcZaGflsDUSqg-d0Qm_aW6VrPeyBXHKaD0oVloz-HdGixxa_8qOZvMp3w/e.glbimg.com/og/ed/f/original/2013/04/18/777_sexo2.jpg>. Acesso: 28/06/2013.

³¹ Anexo II. Imagem também disponível em: <http://s2.glbimg.com/ZjgXa8TRRFnyWfmMUszWEMM84DZosZtrPmiOHlfrAI1fn7QiA74uBoJQhuLjQRk7/e.glbimg.com/og/ed/f/original/2012/10/18/753_profissionais_prazer_02.jpg>. Acesso: 28/06/2013.

relação ao sexo, e, embora *Direto ao ponto* seja mais direcionada ao público jovem, ao passo em que *Como é gostoso ler sobre sexo* destina-se ao universo feminino e procura representar um vasto público entrevistando 25 mulheres, entre 18 e 73 anos, a associação do sexo com juventude e padrões de beleza está expressa também nas cenografias que compõem as duas reportagens, bem como nos enunciados.



Figura 7³²

A escolha da modelo jovem pode estar relacionada à personagem do livro que justificou a reportagem, uma vez que a protagonista de *Cinquenta Tons de Cinza* tem 21 anos. Ainda assim, é um padrão que se repete. Além de a imagem colocar em destaque uma mulher jovem, vestindo uma camisa sobre roupas íntimas que deixam transparecer sua boa aparência física, a reportagem traz exemplos que mais uma vez reforçam a associação de sexo com juventude e boa aparência:

Praticamente metade das comédias voltadas para o público adolescente masculino tem uma cena manjada: o personagem principal em algum momento é algemado a uma cama por uma garota bonita e fica esperando pelo paraíso.

Veja, 26 de setembro de 2012. p. 116.

O exemplo é utilizado pela jornalista para discutir as fantasias sexuais e a relação dominador e submissa de que trata a reportagem. A cena descrita, no entanto, coloca em cena a questão da aparência. Na página seguinte, a reportagem faz um retrato falado do

³² Anexo IV. Imagem retirada da versão digital da revista Veja disponível em: <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>. Acesso: 28/06/2013.

personagem Christian Grey, o galã do livro, a partir das características masculinas que as mulheres entrevistadas mais apreciavam:



Figura 8³³

A reportagem explora a questão da aparência como determinante na relação – nesta reportagem apenas a relação heteroafetiva é abordada. A reportagem *Direto ao ponto* é mais enfática ao relacionar o sexo à juventude, uma vez que a matéria fala sobre um aplicativo feito por jovens, cujo público é majoritariamente composto por pessoas entre 18 e 35 anos. Além disso, a matéria discute uma mudança no comportamento sexual dessa geração que está na faixa etária do público do aplicativo:

Os criadores do Bang são três universitários americanos (...). Um deles, jovem na faixa dos 20 anos, disse a VEJA: “A ideia surgiu em um papo regado a bebidas no qual conversávamos sobre como os melhores relacionamentos amorosos são com pessoas com quem já temos amizade. Aí decidimos ajudar a quebrar barreiras entre amigos que querem apimentar a relação”.

Veja, 13 de fevereiro de 2013. p. 66.

3.1.2. Como fazer

A gestão da sexualidade também é recorrente nos enunciados analisados, porém de forma ambígua. Ao mesmo tempo em que as reportagens apontam o que deve e o que não deve ser feito, elas afirmam não haver uma verdade absoluta sobre o assunto:

³³ Anexo IV. Imagem retirada da versão digital da revista Veja disponível em: <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>. Acesso: 28/06/2013.

Um dos maiores lugares-comuns sobre comportamento sexual é dizer que, entre quatro paredes e adultos consentidores, tudo é válido. Em sua infinita complexidade, a sexualidade humana acomoda até lugares-comuns.

Veja, 26 de setembro de 2012. p. 117

Ao mesmo tempo em que diz que “tudo é válido”, a repórter diz que esta afirmação é um “lugar-comum”. Esta sequência de afirmações é, na verdade, uma forma de validação, já que trabalha com uma cenografia socialmente aceita: “entre quatro paredes e adultos consentidores” e também uma forma de demarcação do que é válido e do que não é. Ao delimitar o espaço em que tudo é válido, o enunciado aponta que existem situações em que nem tudo é válido. Em *Os novos profissionais do prazer* e *Como esquentar o sexo* este discurso que trata o sexo como algo complicado e sobre o qual não existe uma verdade absoluta também aparece nos enunciados, embora as reportagens sejam sobre como fazer a relação sexual ser mais satisfatória:

A busca pelo prazer constante de alta qualidade pode ser apenas uma ilusão, mas ela mobiliza gente. Assim como compramos carros e telefones celulares, que melhoram a cada ano, gostamos de acreditar que é possível melhorar tudo a nosso respeito: a aparência, os sentimentos e, por que não?, a capacidade de dar e receber prazer sexual. Pagando por isso. Em seu novo livro, *Como pensar mais sobre sexo*, o filósofo suíço Alain de Botton sugere que essas expectativas talvez sejam irrealistas. O sexo, diz ele, é misterioso e irremediavelmente complicado.

Época, 19 de outubro de 2012. p. 107.

Não se preocupe demais com a frequência com que faz sexo. Só a personagem Samantha, do filme *Sex and the city*, acha ruim fazer sexo “apenas” quatro vezes por semana. A quantidade ideal é aquela considerada boa pelo casal.

Época, 15 de abril de 2013.

Maingueneau (2002) explica que “a maioria dos enunciados possui marcas que os ancoram diretamente na situação de enunciação” (MAINGUENEAU, 2002. p. 25). Na reportagem de *Época* *Como esquentar o sexo* essas marcas que conectam a felicidade conjugal ao que se considera a correta prática sexual são evidenciadas no subtítulo e no primeiro parágrafo da reportagem:

A relação com seu parceiro de sempre pode ser melhor que qualquer nova paixão. Basta vontade e um pouco de criatividade.

Época, 15 de abril de 2013.

Esta frase associada com o título evidencia uma tendência discursiva de gerenciamento da prática sexual: existe um jeito certo e um jeito errado, embora as mesmas reportagens afirmem não haver verdades absolutas sobre o sexo. Trata-se de um paradoxo: não há um jeito

certo ou um jeito errado, mas existe um modo de fazer, e existem práticas que fogem de padrões consolidados de normalidade. Essa matriz discursiva tem origem na colocação do sexo em discurso a partir do desenvolvimento do dispositivo da sexualidade e sua relação com o poder, como explica Foucault (1988):

Enfim, a noção de sexo garantiu uma reversão essencial; permitiu reverter a representação das relações entre o poder e a sexualidade, fazendo-a aparecer (...) como ancorada em uma instância específica e irreduzível que o poder tenta da melhor maneira sujeitar; assim, a ideia “do sexo” permite esquivar o que constitui o “poder” do poder; permite pensá-lo apenas como lei e interdição. O sexo, essa instância que parece dominar-nos, esse segredo que nos parece subjacente a tudo o que somos, esse ponto que nos fascina pelo poder que manifesta e pelo sentido que oculta, ao qual pedimos revelar o que somos e liberar-nos o que nos define, o sexo nada mais é do que um ponto ideal tornado necessário pelo dispositivo da sexualidade e por seu funcionamento. Não se deve imaginar uma instância autônoma do sexo que produza, secundariamente, os efeitos múltiplos da sexualidade ao longo de toda uma superfície de contato com o poder. O sexo é, ao contrário, o elemento mais especulativo, mais ideal e igualmente mais interior, num dispositivo de sexualidade que o poder organiza em suas captações dos corpos, de sua materialidade, de suas forças, suas energias, suas sensações, seus prazeres. (FOUCAULT, 1988. p. 145)

Embora as reportagens reforcem em seus enunciados que não existem verdades sobre o sexo, observando as formações discursivas como um todo, os enunciados deixam transparecer que existem padrões de normalidade, existem práticas saudáveis e existe um jeito certo de fazer:

por causa da série iniciada com *Cinquenta Tons de Cinza*, voltou-se a falar, socialmente, sobre sexo. E não sobre o básico, sobejamente conhecido, mas sobre as modalidades que entram na esfera dos jogos de domínio e submissão. Fantasias comuns a homens e mulheres, em variadíssimas doses. Para tentar simplificar um assunto complicado, é possível arriscar que seu espaço no mundo da sexualidade vai de 5% (abaixo disso, até o conceito de “pegada” fica difícil de explicar) a 95% (acima, a sobrevivência é inviabilizada).

Veja, 26 de setembro de 2012. p. 116.

No caso acima, o enunciado afirma um limite mínimo e máximo de fantasias que qualificam as relações sexuais, ao mesmo tempo em que destaca as fantasias sexuais, deixando claro que não se tratam de algo comum e “sobejamente conhecido”. A reportagem de *Veja* que fala sobre a atenção suscitada para os fetiches sexuais com o sucesso do livro *Cinquenta tons de cinza*, trata de práticas que costumam ser marginalizadas, seja por meio de silêncios, tabus ou preconceitos:

Nas ciências estatísticas, há poucos assuntos tão difíceis de medir quanto o comportamento sexual. Geralmente há um fosso enorme entre o que se diz e

o que se faz. Os homens tendem a superestimar suas performances sexuais. As mulheres agem de forma oposta.

Veja, 26 de setembro de 2012. p. 110.

No trecho a seguir, o enunciado sugere que existe uma forma correta de enxergar o sexo e uma forma errada, ao mesmo tempo em que evidência que o sexo, quando visto sob uma perspectiva romântica pode ser um problema:

Mariana Yamaba, gerente de uma agência de relacionamentos, afirma que a maioria não divide seus desejos nos relacionamentos, embora todos tenham fantasias sexuais. “O que atrapalha é o romantismo e a visão de sexo como angelical”, afirma o psiquiatra Alexandre Saadeh.

Época, 15 de abril de 2013.

Orgasmo, preliminares, fantasias e masturbação são questões recorrentes nas formações discursivas analisadas, sempre como essenciais ao bom sexo:

Na teoria, a massagem tântrica é capaz de proporcionar orgasmos poderosos porque a pessoa está ao mesmo tempo relaxada e totalmente concentrada em receber prazer. Não existe a tensão de uma relação sexual, em que as duas partes estão preocupadas com os sentimentos e o julgamento do outro. Ao mesmo tempo, é possível acompanhar, por meio do trabalho do massagista, como cada parte do corpo reage ao toque. As pessoas estão acostumadas a concentrar seu erotismo em áreas predeterminadas e podem ter surpresas agradáveis. E instrutivas. O administrador de empresas M., de 43 anos, procurou uma das cinco unidades do Espaço Tantra na cidade de São Paulo para ter novas experiências sensoriais. Ele conta que a namorada logo notou as mudanças, mesmo sem saber de seus encontros semanais com a terapeuta Dhara Prem, de 38 anos. “Hoje, capricho nas preliminares, a ereção dura mais e não preciso ejacular para ter prazer”, diz ele.

Época, 19 de outubro de 2012. p. 106.

Retome o prazer sozinho. Em outras palavras, masturbe-se. É um dos caminhos eficazes para fazer com que o sexo a dois fique melhor e mais frequente. Os homens, mesmo casados e com uma frequência sexual ótima, continuam se masturbando. Para muitos, é uma atividade prazerosa e solitária, sem preo-cupação com o prazer da parceira, só com o seu. Outros falam que é uma fidelidade a si mesmo. As mulheres têm mais dificuldade para assumir que se masturbam. Muitas têm dificuldade em fazê-lo. O fantasma da repressão sexual ainda ronda o corpo feminino, dizem os sexólogos. Masturbação é um recurso de prazer legítimo, uma forma de realização sexual que ajuda o casal.

Época, 15 de abril de 2013. p. 77.

Os trechos selecionados permitem identificar a valorização de técnicas a serem empregadas no ato sexual ou antes dele, de forma a proporcionar maior prazer. A ideia de masturbação, tão condenada pelo discurso religioso cristão e médico há algumas décadas, hoje é incentivado, revelando que os valores e normas modificam-se, mas sempre em nome do sexo saudável.

3.1.2. Pro dia nascer feliz

Outro item comum às reportagens é a vinculação da satisfação sexual com a felicidade e a qualidade de vida. No caso da reportagem *Os novos profissionais do prazer*, a encenação construída em torno dos terapeutas tântricos que ajudam pessoas com problemas sexuais a terem orgasmos é legitimada pelas histórias dos “profissionais do prazer” que contam como a terapia e o acesso ao prazer mudou suas vidas e as vidas de seus clientes. Nesse caso, o discurso da importância da satisfação sexual é legitimado a partir de depoimentos e histórias de pessoas que passaram a ser mais felizes depois de terem solucionado seus problemas sexuais:

Às vezes, a terapia indiana funciona como forma de salvação pessoal para o massagista. A terapeuta paulistana Samvara conta que foi abusada até os 12 anos pelo pai alcoólatra, violência que resultou numa grave depressão. Até os 25 anos, seus namoros eram só “beijo, abraço e aperto de mão”. Sem sexo, ela demorou a ter relacionamentos sérios e não formou a própria família. O primeiro orgasmo foi aos 40 anos, numa sessão tântrica. Ao notar a transformação em sua própria vida, decidiu abandonar a carreira de advogada trabalhista e dedicar-se ao tantra. Hoje, com 50 anos, diz que é “emocionante poder retribuir” o bem que fizeram a ela.

Época, 19 de outubro de 2012.

Observe-se que no parágrafo citado é possível identificar valores ainda presentes na cultura ocidental que associam a felicidade à satisfação sexual e à formação de família. Além de demonstrar que o sexo agrega valor aos relacionamentos na frase “Sem sexo, ela demorou a ter relacionamentos sérios e não formou a própria família”. Em seguida, a repórter conta que, a experiência do orgasmo provocou uma transformação na vida da ex-advogada trabalhista. Além disso, as classes sociais representadas nas reportagens são visivelmente as classes A e B, volto a repetir – o público da revista –, o que pode ser identificado no caso da reportagem em questão pelo preço da sessão terapêutica – R\$ 300 – e pelos clientes – “Seus clientes são advogados, engenheiros ou executivos estressados. Eles precisam relaxar e têm como pagar pelo serviço” (*Época*, 19 de outubro de 2012).

Foucault (1988) associa essa supervalorização do sexo às relações de poder suscitadas pela burguesia do século XVIII, como uma forma de autoafirmação:

Ao invés de uma repressão do sexo das classes a serem exploradas, tratou-se, primeiro, do corpo, do vigor, da longevidade, da progenitura e da descendência das classes que “dominavam”. Foi nelas que se estabeleceu, em primeira instância, o dispositivo da sexualidade como nova distribuição dos prazeres, dos discursos, das verdades e dos poderes. Deve-se suspeitar, nesse caso, de autoafirmação de uma classe (...): uma defesa, uma proteção, um reforço, uma exaltação, que mais tarde foram estendidos – à custa de diferentes transformações – aos outros, como meio de controle econômico e de sujeição política. Nesse investimento sobre o próprio sexo, por meio de

uma tecnologia de poder e de saber inventada por ela própria, a burguesia fazia valer o alto preço político de seu próprio corpo, de suas sensações, seus prazeres, sua saúde, sua sobrevivência. (...) a classe que se tornava hegemônica no século XVIII se atribuiu um corpo para ser cuidado, protegido, cultivado, preservado de todos os perigos e de todos os contatos, isolado dos outros para que mantivesse seu valor referencial (FOUCAULT, 1988. p. 116).

Foucault (1988) observa que uma das características da sociedade ocidental é ser uma sociedade normalizadora, cuja preocupação é a vida. Exemplo disso é que os avanços tecnológicos têm permitido o aumento da expectativa de vida e, nesse sentido, as pessoas buscam viver mais e melhor. “Uma sociedade normalizadora é o efeito histórico de uma tecnologia de poder centrada na vida” (Foucault, 1988. p. 135). Ou seja, vivemos em uma sociedade cujas inquietações maiores não giram em torno de evitar a morte, ou ainda, com a morte e o que virá após, “o que é reivindicado e serve de objeto é a vida, entendida como as necessidades fundamentais, a essência concreta do homem, a realização de suas virtualidades, a plenitude do possível”. (Idem. p. 136). A preocupação é com a qualidade da vida. Essa forma de viver em prol da vida vai se apropriar da sexualidade numa tentativa de otimizar o sexo, torná-lo saudável, fonte de muito prazer e com ele alcançar a felicidade. Se por um lado o sexo está atrelado a dispositivos de aliança, como será discutido a seguir, e o desempenho sexual é importante para se alcançar sucesso nos relacionamentos conjugais e se ainda hoje persiste na sociedade, como é possível inferir a partir dos discursos analisados, a aliança, o relacionamento estável, o casamento como valor, por outro lado, é possível identificar também que ao sexo é concedido o poder de vida às pessoas. “O sexo é acesso, ao mesmo tempo, à vida do corpo e à vida da espécie” (Idem. p. 137).

É fácil identificar nesse discurso, enunciados que responsabilizam o sexo pela felicidade ou infelicidade, tanto nos exemplos que já foram citados, quanto nos que mostro a seguir. Ainda que muitas vezes não esteja explicitamente declarado, o fato de ser o sexo objeto de desejo a ponto de se tornar assunto de reportagem já é uma forma de promoção de um discurso que concede valor à sexualidade. A forma como a questão é abordada, sempre rodeada por pessoas sorridentes contando suas experiências felizes com o sexo, ou ao contrário, depoimentos de pessoas que tiveram algum tipo de problema por causa de algum distúrbio sexual, pode ser compreendida como um conjunto de enunciados que formam esse discurso que promove o prazer sexual como um objetivo de vida:



Figura 8³⁴

Esta linha do tempo, por exemplo, mostra a conquista das mulheres em relação ao sexo nas últimas décadas, como o “direito ao orgasmo”. Chamo a atenção, no entanto, para o Viagra e a busca por tratamentos estéticos e reposição hormonal, como um desenvolvimento de tecnologias que permitissem uma espécie de vida longa ao sexo. Mais uma vez a questão estética se faz presente, e aliada a ela, a saúde, para melhorar a qualidade das relações sexuais.

Os seus livros impactaram a vida sexual das mulheres, na prática?

Tenho recebido centenas de e-mails das leitoras. A maioria parece estar gostando mais de sexo e aproveitando melhor os momentos a dois. Elas dizem que o marido ou namorado está muito contente com essa mudança. (Entrevista com Erika Leonard James, autora de *Cinquenta tons de cinza*).

Veja, 26 de setembro de 2012. p. 112.

Este enunciado mostra o valor que é dado ao sexo, e sua relação com a felicidade, quando a enunciativa diz que suas leitoras estão gostando mais de sexo o que faz com que seus companheiros fiquem mais contentes. A busca pelo prazer é uma questão recorrente nas reportagens. O trecho abaixo, extraído de *Os novos profissionais do prazer* é emblemático neste sentido, ao trazer um sexólogo que compara a busca pelo prazer sexual à busca pelo corpo perfeito e pelo sucesso profissional:

“As pessoas querem sempre mais diversão, mais intensidade, mais prazer”, afirma o sexólogo Amaury Mendes Junior. Isso faz parte da cultura de nosso tempo, da mesma forma como a busca pelo corpo perfeito e pelo sucesso profissional.

³⁴ Anexo IV. Também disponível na versão digital da revista *Veja*, edição nº 2288, de 26 de fevereiro de 2012. p. 110-11.

Época, 19 de outubro de 2012. p. 107.

A legitimação da busca pelo prazer também aparece em enunciados das reportagens *Direto ao ponto e Como esquentar o sexo*:

O trio vinha de experiências frustradas em sites tradicionais de namoro on-line. Esses sites tentam aproximar pessoas por meio da computação de afinidades. “A fórmula dessas páginas antigas não agrada a jovens, como nós”. O que eles perceberam foi que “muita gente quer cortar o papo-furado e ir direto ao sexo”.

Veja, 13 de fevereiro de 2013.

Um estudo da Universidade de New Brunswick, no Canadá, mostrou que as preliminares duram, em média, 12 minutos, e as mulheres gostariam de que durassem pelo menos 18. Sorte das brasileiras. Um ranking publicado neste ano pelo jornal *The Sun* mostrou que as preliminares por aqui duram, em média, 20,8 minutos. Mulheres gostam e precisam de mais tempo para aquecer. Quanto melhor a preliminar, melhor o orgasmo. É o que sugere outra pesquisa. Se vocês podem ter o melhor orgasmo, por que se contentar com um nota 5?

Época, 15 de abril de 2013. p. 80.

Embora com enunciados diferentes e cenografias diversas, os discursos se repetem, no sentido de expor tecnologias que permitem a otimização do sexo, de forma a alcançar algum tipo de satisfação por todos muito almejada. Seja por meio de remédios e tratamentos que permitam vida longa ao sexo, realizando fantasias, “cortando o papo-furado” e indo “direto ao ponto”, ou, ainda, prolongando as preliminares, porque “Quanto melhor a preliminar, melhor o orgasmo” e “Sorte das brasileiras” porque no Brasil elas duram mais. Outro exemplo de reforço da busca pelo prazer como objetivo de vida pode ser inferido do enunciado a seguir, que, ao dizer que “ninguém precisa de um novo parceiro para fugir da mesmice e do tédio” – sabe-se que é uma referência ao sexo, tendo em vista que se trata de uma reportagem sobre “como esquentar o sexo” – pressupõe-se que a insatisfação sexual leva as pessoas a procurarem novos parceiros, ou seja, o prazer, mais uma vez, aparece como agente capaz de influir no comportamento humano:

O filósofo Alain de Botton, no livro *Como pensar mais sobre sexo* (Editora Objetiva), diz que ninguém precisa de um novo parceiro para fugir da mesmice e do tédio: “O caminho é identificar o que há de aventureiro, impetuoso, atrevido e inteligente embaixo da camada de hábito e rotina da relação”.

Época, 15 de abril de 2013.

Para Foucault (1988), o sexo vem ocupando na sociedade ocidental o espaço que o amor romântico costumava ocupar:

O pacto faustiano cuja tentação o dispositivo de sexualidade inscreveu em nós é, doravante, o seguinte: trocar a vida inteira pelo próprio sexo, pela verdade e a soberania do sexo. O sexo bem vale a morte. (...) Quando o Ocidente, há muito tempo, descobriu o amor, concedeu-lhe bastante valor para tornar a morte aceitável; é o sexo quem aspira, hoje, a essa equivalência, a maior de todas. E enquanto o dispositivo da sexualidade permite às técnicas de poder investirem sobre a vida, o ponto fictício do sexo (...) exerce bastante fascínio sobre cada um para que se aceite escutar nele bramar a morte (FOUCAULT, 1988. p. 146).

Se o sexo substituirá o amor romântico, o tempo dirá. É uma reflexão que não cabe neste trabalho. Mas é também uma questão recorrente nas formações discursivas analisadas e, portanto, é mais uma matriz discursiva a ser abordada.

3.1.4. Sexo antes, amor depois

O sexo relacionado a dispositivos de aliança é uma construção antiga que vem se modificando ao longo dos séculos. De acordo com Foucault (1988), se antes o sexo era controlado pelas instituições, sendo submetido ao dispositivo da aliança – sexo só depois do casamento –, hoje, é o sexo quem desempenha esse papel de controle e o dispositivo de aliança está submetido a ele – o desempenho sexual é importante para os relacionamentos:

com a tecnologia da ‘carne’ no cristianismo clássico, ele [o dispositivo de sexualidade] nasceu apoiando-se nos sistemas de aliança e nas regras que o regem; mas, hoje, desempenha um papel inverso; é ele quem tende a sustentar o velho dispositivo de aliança. Da direção espiritual à psicanálise, os dispositivos de aliança e de sexualidade, girando um em torno do outro, de acordo com um lento processo que tem hoje mais de três séculos, inverteram suas posições; na pastoral cristã, a lei da aliança codificava essa carne que se estava começando a descobrir e impunha-lhe, antes de mais nada, uma armação ainda jurídica; com a psicanálise, é a sexualidade que dá corpo e vida às regras da aliança, saturando-as de desejo (FOUCAULT, 1988. p. 107)

O dispositivo de aliança atrelado e submetido ao sexo aparece nos enunciados de todas as reportagens analisadas:

No Brasil, a aprovação legal do fim do casamento foi a institucionalização de uma ruptura iniciada na década anterior. As pessoas puderam deixar relações malfadadas e a buscar realização afetiva e prazer sexual.

Veja, 26 de setembro de 2012. p. 111.

É possível identificar que o enunciado faz uma clara associação ao sucesso do casamento com a satisfação sexual. Ao dizer que com a possibilidade do divórcio, as pessoas puderam se desvincular de seus cônjuges para buscar a realização afetiva e sexual, o enunciado mostra que a busca pelo prazer sexual é algo importante o suficiente para provocar

o fim de um casamento. O trecho foi extraído de uma linha do tempo da reportagem *Como é gostoso ler sobre sexo*, destinada a mostrar a “história da liberação sexual”.

Além das pessoas com problemas na cama que querem alguma espécie de ajuda, há multidões interessadas em aumentar o próprio prazer – e o do companheiro. (...) O psiquiatra Alexandre Saadeh, do Hospital das Clínicas da USP, diz que nunca fomos tão exigentes em relação ao sexo. “É quase uma obrigação ter orgasmos intensos e uma transa sempre fenomenal”, afirma.

Época, 19 de outubro de 2012.

Este enunciado expõe diferentes rastros do discurso em torno da sexualidade que permeiam a sociedade brasileira. O primeiro caso é a informação de que “há multidões interessadas em aumentar o próprio prazer – e o do companheiro”, seguida da afirmação do psiquiatra de que “É quase uma obrigação ter orgasmos intensos e uma transa fenomenal”. O segundo valor é expresso pelo uso da palavra “companheiro” que pode ser interpretado como uma referência não apenas a um parceiro sexual, mas a alguém com quem se tem um relacionamento afetivo, tendo em vista que a reportagem cita prejuízos que os problemas sexuais podem provocar aos relacionamentos.

Na vida real, o sexo casual pode ser o início de um relacionamento mais sério, permanente.

Veja, 13 de fevereiro de 2013. p. 66.

Ao dizer que “o sexo casual pode ser o início de um relacionamento mais sério, permanente” fica explícito o sexo como uma ferramenta de sedução ou um caminho para se alcançar algo que o enunciado trata como bem quisto, assim como a reportagem, que é o relacionamento sério. Este enunciado evidencia um discurso há muito firmado na sociedade brasileira da necessidade de um relacionamento permanente, estável, ainda que cada vez mais questionado, inclusive pela própria reportagem que faz menção às modificações provocadas nos relacionamentos pelas novas tecnologias, desde a bicicleta até a internet:

O impacto da tecnologia sobre a forma como lidamos com o sexo e o amor começou a se tornar evidente 200 anos atrás. Um estudo publicado no ano passado pelo geneticista Stephen Jones constatou que a bicicleta ampliou em 48 quilômetros o raio de distância que ingleses percorriam para encontrar uma namorada no século XIX. Antes da bicicleta, a maioria se casava com pessoas que viviam a poucos quilômetros de distância. Em 1932, uma pesquisa do sociólogo americano James Bossard concluiu que três de cada dez namorados ainda viviam a cinco quarteirões de distância um do outro e que em um de cada seis a proximidade era de um quarteirão. A popularização de carros, aviões e, principalmente, da internet mudou a situação. Hoje, 40 milhões de pessoas estão casadas com pessoas de nacionalidade diferente da sua.

Veja, 13 de fevereiro de 2013. p. 68.

De acordo com Maingueneau (2002), uma cenografia pode apoiar-se em enunciações “já instaladas na memória coletiva, seja a título de modelos que se rejeitam ou de modelos que se valorizam” (MAINGUENEAU, 2002. p. 92). No caso da reportagem *Como esquentar o sexo*, por exemplo, a cenografia validada é a do casamento e, embora não esteja exatamente explícito, a composição da reportagem com casais heterossexuais, e os exemplos apresentados, sugerem uma relação heterossexual estável. Um modelo de relacionamento respeitado e valorizado na cultura brasileira.

“Os ingredientes que nutrem o amor, como reciprocidade, proteção, preocupação e responsabilidade com o outro, às vezes são os mesmos que sufocam o desejo”, diz a terapeuta especialista em sexo Esther Perel, autora do livro *Sexo no cativeiro: driblando as armadilhas do casamento* (Editora Objetiva). Esse é apenas um dos muitos títulos oferecidos nas livrarias sobre como apimentar a relação sexual. Para esta reportagem, foram usados mais de 20. Um dos mais recentes, lançado nos Estados Unidos em janeiro, é *The big, fun, sexy sex book* (O grande, divertido e sensual livro sobre sexo, em tradução livre). Nele, o psicólogo especializado em sexo Ian Kerner e a atriz americana Lisa Rinna, ambos casados há mais de dez anos e com filhos, tentam rastrear e acabar com as armadilhas do dia a dia, para libertar o sexo dos pequenos aborrecimentos.

Época, 15 de abril de 2013. p. 74.

A reportagem, ao suscitar o casamento e a rotina como potenciais problemas à sexualidade, justifica a narrativa construída com o objetivo de solucionar tais problemas. Se não existissem problemas, e se a “mornice” no sexo não fosse também um problema, não haveria porque se falar em “esquentar” o sexo.

Pode-se observar também na reportagem *Como esquentar o sexo*, que a psicóloga concede ao sexo o poder de tornar uma relação mais interessante ao enunciar: “Quando os casais estão sexualmente conectados, a relação torna-se vibrante”. Pode-se apreender também que os discursos tratam de relacionamentos heterossexuais. Apenas a reportagem *Direto ao ponto* faz menção aos relacionamentos homossexuais.

A reportagem *Direto ao ponto* suscita logo no início o tema central se sua abordagem: o sucesso da rede social dedicada a promover encontros entre amigos que têm interesse sexual mútuo mostra uma mudança na forma como os jovens lidam com o sexo e com o amor:

O sucesso do Bang traduz a mudança na forma com que as pessoas encaram o relacionamento amoroso, casual ou sério. Será que também pode ser interpretado como o último prego no caixão do amor romântico?

Veja, 13 de fevereiro de 2013. p. 64.

A questão vai se repetir em todas as reportagens cujo discurso associa ao mesmo tempo em que questiona uma tendência à desvinculação das relações sexuais dos relacionamentos

afetivos. O sexo atrelado ao amor é recorrente nos enunciados, seja na forma de oposição, comparação, ou ainda, como duas coisas que caminham juntas:

Pesquisadores do Projeto Sexualidade do Hospital das Clínicas encontraram algumas pistas do que querem as brasileiras depois de escutar 8200 pessoas de 18 a 80 anos em dez capitais do país. Das mulheres que participaram do estudo, 57% disseram que não fariam sexo sem um vínculo afetivo, enquanto somente 24% dos homens atrelaram o sexo ao amor. (...) Entre as mais jovens, 49% admitiram já ter traído, o dobro em relação às mulheres da geração anterior. Entre os homens, o índice de infidelidade declarado chega a 70%.

Veja, 26 de setembro de 2012. p. 110.

Neste trecho extraído da reportagem *Como é gostoso falar sobre sexo*, o vínculo entre afeto e sexo está presente no dado do estudo que mostra que mais da metade das mulheres brasileiras “não fariam sexo sem um vínculo afetivo”, ao passo que “somente 24% dos homens atrelaram sexo ao amor”. A partir desse enunciado é possível perceber também valores arraigados à sociedade brasileira, no sentido de que as mulheres associam mais o sexo ao amor, em contraste com os homens. Observe-se que, junto com os dados que relacionam o sexo a relacionamentos afetivos, são apresentados dados sobre o índice de infidelidade masculino e feminino, reforçando o vínculo entre sexo e amor, sexo e fidelidade, e a busca pelo prazer se torna determinante no comportamento humano em suas relações. Retomando o exemplo da reportagem sobre a massagem tântrica, o enunciado, ao contar a história da advogada trabalhista que abandonou a carreira para se dedicar à terapia, depois que teve sua vida modificada pela experiência do orgasmo, reforça o discurso que legitima a busca pelo prazer como um objetivo de vida:

Até os 25 anos, seus namoros eram só “beijo, abraço e aperto de mão”. Sem sexo, ela demorou a ter relacionamentos sérios e não formou a própria família. O primeiro orgasmo foi aos 40 anos, numa sessão tântrica. Ao notar a transformação em sua própria vida, decidiu abandonar a carreira de advogada trabalhista e dedicar-se ao tantra.

Época, 19 de outubro de 2012.

O enunciado abaixo é outro exemplo de associação do prazer sexual com sentimentos como amor ou paixão:

Não é incomum que Ivy receba ligações inconvenientes de quem confunde a terapia tântrica com sexo. Pacientemente, ela explica o engano. A confusão frequente fez com que tivesse medo, em suas primeiras sessões, de ficar sozinha com um desconhecido nu. Mesmo assim, ela diz que nunca passou por situação que não pudesse contornar. “Alguns jogam verde, brincam que vão se apaixonar”, diz. “Mostro que não existe possibilidade de algo a mais”.

Época, 19 de outubro de 2013. p. 107.

Ao contar que alguns clientes confundem a terapia com sexo e dizem que vão se apaixonar reforçam o discurso de que existe uma linha tênue entre a relação sexual e o amor, ou, neste caso a paixão, uma vez que os clientes dizem que vão se apaixonar porque associam o prazer recebido na massagem ao prazer sexual, já que são equivalentes, e portanto, a satisfação sexual pode levar à paixão.

Mas é possível perceber também que as formações discursivas apontam uma tendência de mudança comportamental em relação à sexualidade nesse âmbito das relações amorosas. Isso porque os enunciados sugerem um novo padrão de comportamento sexual, considerado mais liberal:

“Sexo casual, mas com amizade” A estudante de administração Daniela Almeida, de 25 anos, marcou dez amigos no Bang. Mas ainda não teve retorno. Diz ela: “Somos uma geração que pensa no sexo de forma liberal. Pode ser casual, mas com amizade”. Para ela, o aplicativo abre portas para quem deseja “transar com quem se conhece, mas tem medo de dizer na cara”.

Veja, 13 de fevereiro de 2013. p. 68.

Algumas matrizes discursivas não aparecem na reportagem *Direto ao ponto*. Embora a matéria chame a atenção para o sexo, ela trata muito mais sobre assuntos comportamentais no âmbito de relacionamentos afetivos, e o sexo aparece como uma forma de relacionamento. Mesmo assim não a excluí do corpus porque, a despeito de não tratar das questões relacionadas ao prazer, ela repete implicitamente os discursos que vem sendo construídos em torno da sexualidade, ao conceder ao sexo um valor e colocá-lo em discurso associado aos relacionamentos afetivos. Se por um lado a narrativa conta as mudanças na forma de condução da vida sexual nas últimas décadas, a cenografia é feita de tal forma que é difícil desvincular o sexo do amor, por exemplo. Isso porque a reportagem trata dos dois assuntos simultaneamente, de modo que em certo momento a questão em torno da sexualidade fica de lado e dá lugar a uma narrativa sobre as mudanças ocorridas na sociedade no âmbito dos matrimônios simultâneas às inovações tecnológicas. Um exemplo marcante dessa vinculação que o discurso faz entre o sexo e os relacionamentos conjugais pode ser extraído do último parágrafo da reportagem:

Calcula-se que, em cada quatro abordagens virtuais em programas como o Bang, uma tenha sucesso. Em contrapartida, o aumento da variedade reduziu a paciência para relacionamentos sérios e nos deixou mais promíscuos. Se em 1930, sete entre cada dez mulheres tinham só um parceiro sexual ao longo da vida, hoje isso só é verdade para duas em dez. Treze em cada 100 ultrapassam dez parceiros. Com tanta facilidade, o número de adultérios disparou. Se em 1975 duas em cada dez esposas tinham amantes, agora o número dobrou. Entre homens, o salto foi de 50% para 65%.

O vínculo entre o envolvimento sexual e as relações afetivas está presente nas quatro reportagens analisadas, seja na forma de discussões, quando se tenta abordar uma mudança no comportamento sexual dos brasileiros, seja na forma de cenografia, o sexo dentro do casamento, como forma de manutenção de um relacionamento.

3.2. A Polifonia

Em uma reportagem, por sua forma constitutiva que exige a presença de diversas fontes de informação, ocorre o que a AD chama de *polifonia*: “quando é possível distinguir em uma enunciação dois tipos de personagens, os **enunciadores** e os **locutores**” (MAINGUENEAU. 1989. p. 76). No caso das reportagens, o locutor é o jornalista, responsável pelo enunciado. O enunciador é definido por Maingueneau como aquele que “representa, de certa forma, frente ao ‘locutor’ o que o personagem representa para o autor em uma ficção” (idem. p 77). Os enunciadores, nessa perspectiva, são as fontes consultadas pelo jornalista para contar a história, mas a história. Ao profissional da imprensa cabe selecionar o relato fornecido pelas fontes, o que ele considera importante para a narrativa:

Os “enunciadores” são seres cujas vozes estão presentes na enunciação sem que lhes possa, entretanto, atribuir palavras precisas; efetivamente, eles não falam, mas a enunciação permite expressar seu ponto de vista. Ou seja, o “locutor” pode por em cena, em seu próprio enunciado, posições diversas da sua (idem. p. 77).

As fontes consultadas pelo jornalista para compor o discurso da reportagem são empregadas na cena enunciativa para desempenhar diferentes papéis. “As fontes são um factor determinante para a qualidade da informação produzida pelos mass media” (WOLF, 1999. p. 98). As fontes são todas as pessoas consultadas pelo jornalista para escrever uma reportagem, bem como as pesquisas, dados oficiais, agências de notícias, livros e todo tipo de publicação, inclusive os jornais e revistas concorrentes. Quanto mais fontes o jornalista buscar, maior pluralidade de opiniões e perspectivas podem ser fornecidas para a construção da reportagem. As reportagens analisadas tem seus enunciados construídos a partir de personagens, utilizados para exemplificar e humanizar o relato, especialistas que explicam e legitimam as informações e fontes oficiais – documentos e pesquisas que comprovam, justificam e validam o que está sendo enunciado. As fontes são, portanto, diferentes e exercem funções diferentes na narrativa jornalística, como aponta Wolf (1999):

fontes, jornalistas e público coexistem dentro de um sistema que se assemelha mais ao jogo da corda do que a um organismo funcional inter-

relacionado. No entanto, os jogos da corda são decididos pela força: e as notícias são, entre outras coisas, «o exercício do poder sobre a interpretação da realidade» (Schlesinger, 1972, 4) e (Gans, 1979, 81). As fontes não são, por isso, todas iguais e todas igualmente relevantes, assim como o acesso a elas e o seu acesso aos jornalistas não está uniformemente distribuído (Idem. Ibidem.).

A forma como o jornalista organiza os enunciados de suas fontes dentro da reportagem pode gerar alguns fenômenos, como o da pressuposição, comum a todas as reportagens que integram o corpus deste trabalho. As reportagens analisadas apresentam diversidade de fontes, que variam entre pessoas aparentemente comuns, com quem o público pode se identificar, dando depoimentos sobre suas experiências ou opinando sobre os assuntos abordados; livros, pesquisas e dados oficiais para validar as informações e engendrar as discussões; e especialistas que validam as informações e participam na produção ou divulgação de algum conhecimento. Esses enunciados são organizados de forma a encenar uma conversa, e as informações que enunciam são comparadas e contrastadas ao longo da narrativa.

A da pressuposição consiste no uso de um agente verificador que é a instância responsável pelo enunciado

(...) a antropóloga Miriam Goldemberg tem uma resposta definitiva: a mesma mulher que gosta de bancar a dominadora com um cara pode exercer o papel de submissa com outro. A excitação feminina não é estática”.

Veja, 26 de setembro de 2012.

O enunciador é um especialista, que assume um caráter de autoridade nesse tipo de reportagem, porque, ao explicar o comportamento sexual, ele formula enunciados cujo objetivo é orientar para uma prática saudável. “Por trás desta reformulação da pressuposição, pode-se ler uma reorientação da ‘verdade’ dos enunciados. O que passa para o primeiro plano é a *instância que valida o enunciado*” (MAINGUENEAU, 1989. p. 79). No caso das reportagens analisadas, é possível identificar a ocorrência de especialistas como instâncias de validação dos enunciados, o que conferem a esses enunciadores o status de autoridade. A AD, ao discutir o uso de autoridades no discurso, chama a atenção para a “ambiguidade do distanciamento”:

a AD dedica grande atenção aos fenômenos referentes à citação para descobrir, por exemplo, o contraste entre diferentes formas de relatar a mesma enunciação, ou ainda o distanciamento muito variável que o discurso, ao citar, introduz com relação ao discurso citado. Neste sentido, sublinhamos a ambiguidade fundamental do fenômeno de citação, caso seja considerado o grau de adesão do locutor ao que está dizendo. (...) o locutor citado aparece, ao mesmo tempo, como o não-eu, em relação ao qual o locutor se delimita, e como a “autoridade” que protege a asserção. Pode-se tanto dizer que “o que

enunciação é verdade porque não sou eu que o digo”, quanto o contrário (Idem, p. 85-86).

Além disso, a autoridade pode ser compreendida como um ausente no texto, que por não estar presente, não se submete à discussão, sendo a palavra final dentro do discurso. O uso da autoridade se justifica pela necessidade de legitimar o conjunto de enunciados que compõem o discurso.

Outro método empregado para analisar o discurso construído pela cena enunciativa é a observação dos verbos empregados para introduzir o discurso relatado. No exemplo extraído da revista *época*, o jornalista emprega o verbo “afirmar” para se referir ao enunciado proferido pelo psiquiatra. De acordo com a AD, “em função do verbo escolhido (sugerir, afirmar, pretender...) toda a interpretação da afirmação será afetada” (MAINGUENEAU, 2002. p. 88). Isso porque os verbos podem incidir sobre “o valor de verdade do enunciado (...) *desvelar* ou *revelar* opõem-se a *pensar* (...); sobre a posição cronológica: *replicar*, *repetir*, *concluir* (...); sobre o ponto de vista atribuído ao enunciador, face ao que diz: *reconhecer*, *confessar*” (Idem. Ibidem) etc.

Há muitos tons de pornô. Escolha o que deixa você mais à vontade. É um instrumento divertido, acessível e, em boa parte das vezes, eficaz para apimentar a relação. “O pornô pode ajudar a explorar fantasias que o casal talvez não tivesse coragem de identificar de outra maneira”, afirma Saadeh.

Época, 15 de abril de 2013. p. 79.

Além disso, ao colocar um enunciado entre aspas pode-se estar demarcando um distanciamento do locutor/jornalista em relação ao que está sendo dito. As aspas demarcam um espaço enunciativo diverso, cuja responsabilidade o locutor não quer assumir: “as aspas designam a linha de demarcação que uma formação discursiva estabelece entre ela e seu ‘exterior’; um discurso efetivamente só pode manter à distância aquilo que se coloca fora de seu próprio espaço” (Idem. p. 90).

A análise permitiu-nos perceber uma vontade de verdade no discurso jornalístico acerca do sexo. Apesar de afirmações ambíguas, como a de que não há uma forma correta de praticar o sexo, o que se pretende é, de fato, ensinar ao leitor o que é certo e errado; o que deve ser feito e o que deve ser deixado de lado para se ter uma vida sexual satisfatória. As instâncias enunciativas são utilizadas de forma a validar as informações que são transmitidas, transformando-as em verdades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presença constante do tema nos produtos midiáticos ocidentais pode ser interpretada como um reflexo da disposição desta sociedade para falar no assunto. Mas, ao mesmo tempo em que o discurso é, de certo modo, popularizado, os traços de uma sociedade marcada por valores religiosos e preconceitos dos mais diversos ainda se fazem evidentes na forma como o comportamento sexual é representado nos meios de comunicação. Esses traços estão presentes nas reportagens analisadas, principalmente quando o sexo é associado ao dispositivo de aliança. Essa associação é feita de forma paradoxal, já que o dispositivo de aliança é submetido ao sexo, o que torna o sexo um elemento importante, mas, ao mesmo tempo, o dispositivo de aliança, como consequência do bom sexo, ainda aparece como uma aspiração e como algo de valor. Tal relação permite perceber uma tendência à substituição do “par perfeito” idealizado pelo amor romântico pelo sexo perfeito, capaz de proporcionar um prazer idealizado.

Se por um lado, ainda persistem alguns tabus quando o assunto é sexo, as reportagens permitem inferir que a busca pelo prazer tem se tornado cada vez maior e justificado o comportamento humano em sua busca pelo que seria o sexo ideal. A proliferação de discursos em torno da maximização do prazer, principalmente o feminino, desperta e revela a preocupação, cada vez maior, com o atingimento do êxtase por meio da relação sexual. O sexo é, nesse contexto, causa e solução dos mais variados problemas, um objeto de estudo para as diferentes ciências – humanas, sociais, exatas –, e suscita uma variedade de enunciados cujo objetivo é o mesmo: encontrar a verdade sobre o sexo. “Com a criação deste elemento imaginário que é ‘o sexo’, o dispositivo de sexualidade suscitou um de seus princípios internos de funcionamento mais essenciais: o desejo do sexo – desejo de tê-lo, de acender a ele, de descobri-lo, formulá-lo em verdade. Ele constitui ‘o sexo’ como desejável” (FOUCAULT, 1988, p. 146).

O discurso sobre sexo se transforma ao longo dos séculos, acompanhando as mudanças no pensamento da sociedade e na sua organização política e econômica. Embora mutável e, apesar das muitas variáveis determinantes na construção desse discurso, o objetivo comum a todos é a verdade do sexo. As diferenças na forma, no locutor, no meio, na mensagem não mudam o “produto”, isto é, o resultado da multiplicação de fatores que pretendem encontrar ou promover a verdade do sexo.

Nesse sentido, é possível perceber que, ao mesmo tempo em que é diversificado e disperso, o discurso em torno da sexualidade possui também características homogêneas. Enquanto algumas questões são silenciadas ou pouco abordadas como, por exemplo, a sexualidade dos idosos ou de pessoas com deficiências, ou, ainda, relação sexual envolvendo mais de duas pessoas, existem questões que são supervalorizadas por esse discurso, como a saúde e a ideia de felicidade relacionadas à frequência e qualidade da prática sexual, bem como o sexo atrelado ao dispositivo de aliança e ao amor. A sexualidade é estudada para justificar o comportamento de grupos sociais ao mesmo tempo em que é influenciada, por exemplo, pelas mudanças comportamentais promovidas pelas inovações tecnológicas.

Além disso, é possível perceber que as reportagens procuram tratar a sexualidade de forma generalizada, ignorando as diferenças entre homens e mulheres, idades e orientações sexuais. A relação sexual abordada pelas revistas consiste numa relação monogâmica, heterossexual, entre jovens atraentes e saudáveis de classe média.

A análise do discurso feita a partir das reportagens que abordam questões relacionadas ao sexo também permitiu identificar como principais valores e verdades construídas pela imprensa, em torno da sexualidade 1) a busca pelo prazer ideal como objetivo de vida justificada pela 2) associação da satisfação sexual à felicidade, bem como 3) o sexo como um elemento de grande valor, indispensável para o sucesso dos relacionamentos. A pesquisa suscitou a inquietação: vai o sexo ocupar o espaço do amor romântico na sociedade? Os valores identificados apontam para esta possibilidade.

REFERÊNCIAS

- BARROS, Samuel Anderson Rocha E OUTROS. **A sexualidade em Amor & Sexo: representação, discurso e regime de verdade.** Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/iniciacom/article/download/616/575>>. Acesso em 15 de janeiro de 2013.
- BOURDIEU, Pierre. **A opinião pública não existe.** In: **Questões de sociologia.** Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983, p. 173-182.
- _____. **A influência do jornalismo.** In: **Sobre a Televisão.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996, p. 99-120.
- DIAZ BORDENAVE, Juan. **O que é Comunicação.** Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Brasiliense, 2001.
- DUARTE JÚNIOR, João Francisco. **O que é realidade.** Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- FOUCAULT, Michel. **Arqueologia do saber(a).** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.
- _____. **História da sexualidade I: a vontade de saber;** tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988. 10ª edição.
- _____. **Microfísica do Poder.** Organização e tradução de Roberto Machado. 23ª edição. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.
- GRIPP, Phillip; ROCHA, Marcelo. **Uma análise da construção da sexualidade pelo discurso de Caio Fernando Abreu, na crônica “A mais justa das saias”.** Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2011/resumos/R25-0589-1.pdf>>. Acesso em 15 de janeiro de 2013.
- HALL, Stuart. Representation, meaning and language. In: _____. **Representation: cultural representation and signifying practices.** London: Sage, 1997. p. 15-71
- _____. Estudos culturais e seu legado teórico. In: _____. **Da diáspora: identidades e mediações sociais.** Belo Horizonte, Editora UFMG, 2003, p.199-218.
- HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C; FRANÇA, Vera Regina (Org.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências.** 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2010. 309 p. ISBN 9788532626158.
- KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem.** São Paulo: Ática, 2007.
- LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia.** 2. ed. Rio de Janeiro: Ática, 1987. 64 p. (Série Princípios ; 29) ISBN 8508017170.
- _____. **Linguagem jornalística.** 2. ed. São Paulo: Ática, 1986. 94 p. (Série princípios ; 37) ISBN 850801659X.
- LENIN, Vladimir Ilitch. **Que fazer? As questões palpitantes do nosso movimento.** São Paulo: Hucitec, 1978.
- MAKSUD, Ivia. **Sexualidade e mídia: discursos jornalísticos sobre o “sexual” e vida privada.** Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-73722008000400004&lang=pt>. Acesso em 14 de janeiro de 2013.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação.** São Paulo: Cortez, 2002.

_____. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1989.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1999.

NASCIMENTO, Denise Morado; MARTELETO, Regina Maria. A “**Informação Construída**” nos meandros dos conceitos da Teoria Social de Pierre Bordieu. Revista de Ciência da Informação. Outubro de 2004. Volume 5. Número 5. Disponível em: <http://www.dgz.org.br/out04/Art_05.htm>. Acesso em 12 de junho de 2013.

NASCIMENTO, Patrícia Ceolin. **Jornalismo em revistas no Brasil: um estudo das construções discursivas em Veja e Manchete**. São Paulo: Annablume, 2002.

PEREIRA JÚNIOR, Luiz Costa. **A apuração da notícia: métodos de investigação na imprensa**. Petrópolis: Vozes, 2006.

PINO, Nádia Perez. **A teoria queer e os intersex: experiências invisíveis em corpos desfeitos**. Cadernos Pagu, janeiro-junho de 2007, pp.149-174.

PORTELA, Cristiane. **Revistas semanais de informação no Brasil hoje: conceituações e definições**. Disponível em <http://www2.metodista.br/unesco/1_Regiocom%202009/arquivos/trabalhos/REGIOCOM%2014%20-%20Revistas%20semanais%20de%20informa%C3%A7%C3%A3o%20geral%20no%20Brasil%20-%20Cristiane%20Portela.pdf>. Acesso em 25 de maio de 2013.

RABINOW, Paul. Representações são fatos sociais: modernidade e pós – modernidade na antropologia. In: **Antropologia da razão**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1999. p. 71-108.

ROCHA, Caroline e OUTROS. **Programa CintaLiga: uma abordagem sobre sexo na Radioweb Unifra**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2011/resumos/R25-0200-1.pdf>>. Acesso em 15 de janeiro de 2013.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2003.

SCHWARTSMAN, Hélio (21 fev. 2010). **Brasileiros soltam a língua**. Folha de São Paulo [online], Disponível em: www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/fj2102201005.htm

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1993. 360 p. : ISBN 972-699-405-5

_____. **Teorias do jornalismo : volume I : porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis, SC: Insular, 2005 v. ; ISBN 857474204X

VAZ, Paulo Bernardo. (Org.). **Narrativas fotográficas**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2003. Disponível em: <http://www.jornalismoufma.xpg.com.br/arquivos/mauro_wolf_teorias_da_comunicacao.pdf>.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA; Tomaz Tadeu (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis: Vozes, 2004. pp. 7-72.

VIDA

Para inspirar-se

COMPORTAMENTO

COMO ESQUENTAR O SEXO

A relação com seu parceiro de sempre pode ser melhor que qualquer nova paixão. Basta vontade e um pouco de criatividade

Thais Lazzeri (texto)
e Julia Rodrigues (foto)

Um entende o olhar do outro. São capazes de completar a frase do parceiro. O tempo de relação aumentou o amor e a cumplicidade. Mas a vida sexual não se beneficiou de tamanha familiaridade. A questão não é a intimidade. O problema é a repetição, a rotina e os pequenos aborrecimentos do dia a dia que acham seu lugar num canto da cama.

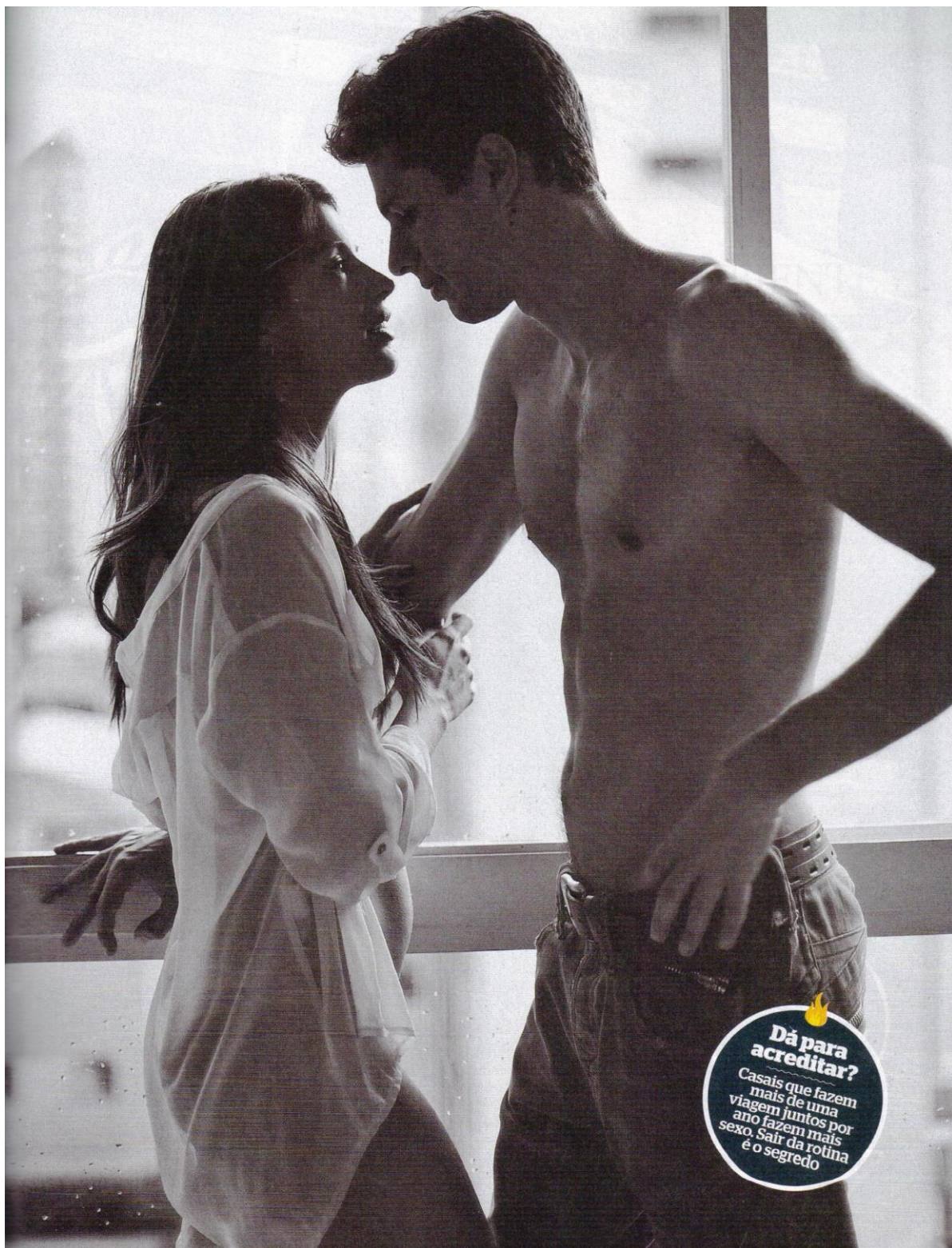
O atraso do cinema, a demora para responder à ligação e qualquer discussão banal viram motivo para desanimar o casal e adiar o sexo — ou minar sua qualidade. O desafio não é encontrar novas posições nem uma maneira mais gostosa de fazer massagem. É descobrir em que momento o cotidiano está prejudicando o erotismo. “Os ingredientes que nutrem o amor, como reciprocidade, proteção,

preocupação e responsabilidade com o outro, às vezes são os mesmos que sufocam o desejo”, diz a terapeuta especializada em sexo Esther Perel, autora do livro *Sexo no cativeiro: driblando as armadilhas do casamento* (Editora Objetiva). Esse é apenas um dos muitos títulos oferecidos nas livrarias sobre como apimentar a relação sexual. Para esta reportagem, foram usados mais de 20. Um dos mais recentes, lançado nos Estados Unidos em janeiro, é *The big, fun, sexy sex book* (*O grande, divertido e sensual livro sobre sexo*, em tradução livre). Nele, o psicólogo especializado em sexo Ian Kerner e a atriz americana Lisa Rinna, ambos casados há mais de dez anos e com filhos, tentam rastrear e acabar com as armadilhas do dia a dia, para libertar o sexo dos pequenos aborrecimentos. “O que

acontece fora do quarto afeta o que acontece dentro dele”, diz Kerner. “Vale a pena investir na relação que se tem. Quando os casais estão sexualmente conectados, a relação torna-se vibrante. Muito melhor que qualquer nova paixão.”

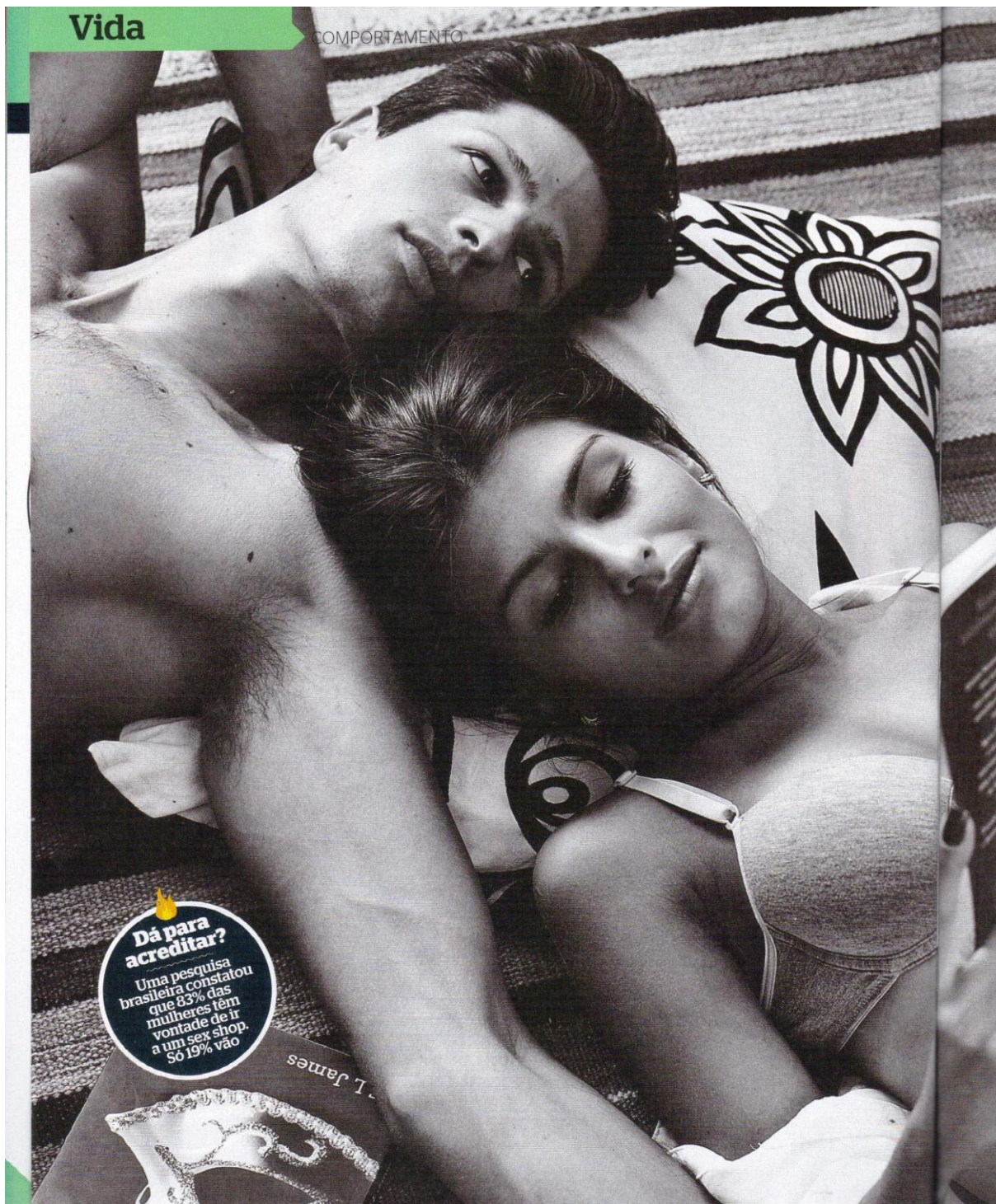
O filósofo Alain de Botton, no livro *Como pensar mais sobre sexo* (Editora Objetiva), diz que ninguém precisa de um novo parceiro para fugir da mesmice e do tédio: “O caminho é identificar o que há de aventureiro, impetuoso, atrevido e inteligente embaixo da camada de hábito e rotina da relação”.

Renovar a vida sexual pode ser mais simples do que se pensa. O simples ato de pensar no assunto diariamente aumenta o desejo. A seguir, dicas de como cultivar mais qualidade (e quantidade, claro) em sua vida sexual. ▶



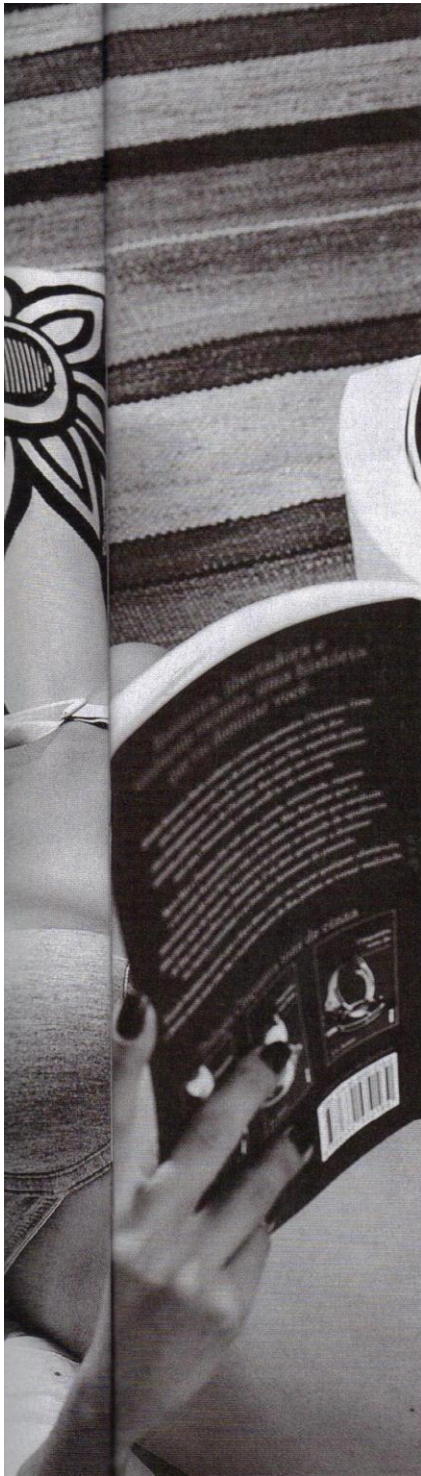
Dá para acreditar?

Casais que fazem mais de uma viagem juntos por ano fazem mais sexo. Sair da rotina é o segredo

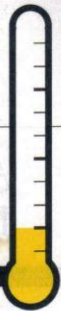


Dá para acreditar?

Uma pesquisa brasileira constatou que 83% das mulheres têm vontade de ir a um sex shop. Só 19% vão



SAIA DA TEMPERATURA AMBIENTE



Pense mais sobre sexo

Pensar em sexo funciona como um estímulo para fazer mais, afirmam os sexólogos. Uma forma bem simples de obter isso é relacionar qualquer objeto a algo erótico. Você pode combinar com o parceiro que sempre que olharem para um determinado quadro no quarto ou no escritório pensarão em sexo. No começo é engraçado, mas funciona. E rápido.

Agende uma massagem

Marque a massagem após o trabalho. O relaxamento ajuda a aumentar os níveis de ocitocina, o hormônio do bem-estar. Escolha aromas afrodisíacos, como canela, cravo ou baunilha. Quem quer ousar pode optar pela massagem tântrica. Nela, o massagista trabalha os pontos de prazer presentes em todo o corpo. Não raro, homens e mulheres alcançam o orgasmo antes do fim da sessão.

Memória curta faz bem para o sexo

Não guarde ressentimentos do que acontece fora da relação sexual. Deixe os pequenos aborrecimentos do dia lá no momento em que ocorreram. Tente não levá-los para o quarto. Essa é uma das principais armadilhas contra o sexo para quem vive junto ou se relaciona há muito tempo. Não guarde ressentimentos do que acontece durante o sexo também. Sexo nunca é igual. Existem ótimos momentos, momentos razoáveis e desempenhos sofríveis. O bom é saber disso e não ficar esperando um desempenho olímpico ou sentir-se menos querido pelo parceiro quando isso ocorre.

Pode ser apenas cansaço ou uma bronca do chefe ainda não digerida.

Invista na sessão pipoca

Em seu livro *Uma sedução por semana* (Editora Fontanar), a professora inglesa Betty Herbert sugere que o casal assista a um filme usando apenas roupas íntimas. Ela diz que o frio que se pode sentir vale a pena. É difícil chegar ao final do filme.

Retome o prazer sozinho

Em outras palavras, masturbe-se. É um dos caminhos eficazes para fazer com que o sexo a dois fique melhor e mais frequente. Os homens, mesmo casados e com uma frequência sexual ótima, continuam se masturbando. Para muitos, é uma atividade prazerosa e solitária, sem preocupação com o prazer da parceira, só com o seu. Outros falam que é uma fidelidade a si mesmo. As mulheres têm mais dificuldade para assumir que se masturbam. Muitas têm dificuldade em fazê-lo. O fantasma da repressão sexual ainda ronda o corpo feminino, dizem os sexólogos. Masturbação é um recurso de prazer legítimo, uma forma de realização sexual que ajuda o casal.

Pratique ioga

Óummm. Um estudo publicado pelo *Jornal de Medicina Sexual* mostrou que as mulheres que praticam ioga pelo menos duas vezes por semana notaram uma melhora na lubrificação, no desejo e na satisfação. A explicação é que a prática combate a tensão, que prejudica o prazer feminino. ►

Produção de Moda/Objetos: Cuiça Elias; Beleza: Leandro Flandes; Agradecimentos: Revelateurs, Justine Darling, Chandon e Mundo do Enxoval

15 de abril de 2013, **ÉPOCA** > 77

APERTE O BOTÃO DE AQUECER

Não tenha medo de brincar

O vibrador pode ser um companheiro divertido e útil para usar só ou pelo casal. Há opções com design sofisticado, à prova d'água ou que imitam outros objetos, como batom. Para quem vai comprar pela primeira vez, convém escolher um que dê várias opções de uso e seja barato. Esclareça as dúvidas com a vendedora do sex shop. Depois de descobrir o tipo de que mais gosta, vale a pena investir num modelo melhor.

Seja íntimo sem forçar a barra

Parece contraditório, mas foi confirmado por pesquisas: pessoas que estão juntas há muito tempo tendem a se esquecer de ficar juntas. Vale a pena prestar atenção e fazer mais companhia ao parceiro. Para 60,3% das 2 mil pessoas entrevistadas pelo site GoodinBed, passar mais tempo com seus pares em atividades diversas aumenta a frequência do sexo. Não tente a intimidade a todo custo. Homens não precisam ir ao salão de beleza feminino nem mulheres precisam ir ao jogo de futebol toda semana, se essa não for a praia delas.

Troque abraços muitas vezes por dia

Essa é uma das dicas de Ian Kerner e Lisa Rinna em *The big, fun, sexy sex book*. Quando você abraça, aumentam os níveis de ocitocina (o hormônio do bem-estar) no organismo. Uma pesquisa feita no ano passado pela Universidade da Carolina do Norte, nos EUA, mostrou que abraçar reduz o estresse. É uma oportu-

nidade de trocar carinho com o parceiro. A dica é abraçar três vezes ao dia, de 20 a 30 segundos. No começo, parece uma eternidade. Concentre-se no corpo do parceiro. Perceba o cheiro, a intensidade da respiração e do abraço. Lembre-se das boas histórias que vocês construíram. É um exercício que aumenta a libido e as doses diárias de afeto. Deveria ser recomendado pelo Ministério da Saúde Mental, se houvesse um. Vocês notarão os resultados em poucos dias.

Combine uma sedução nova por semana

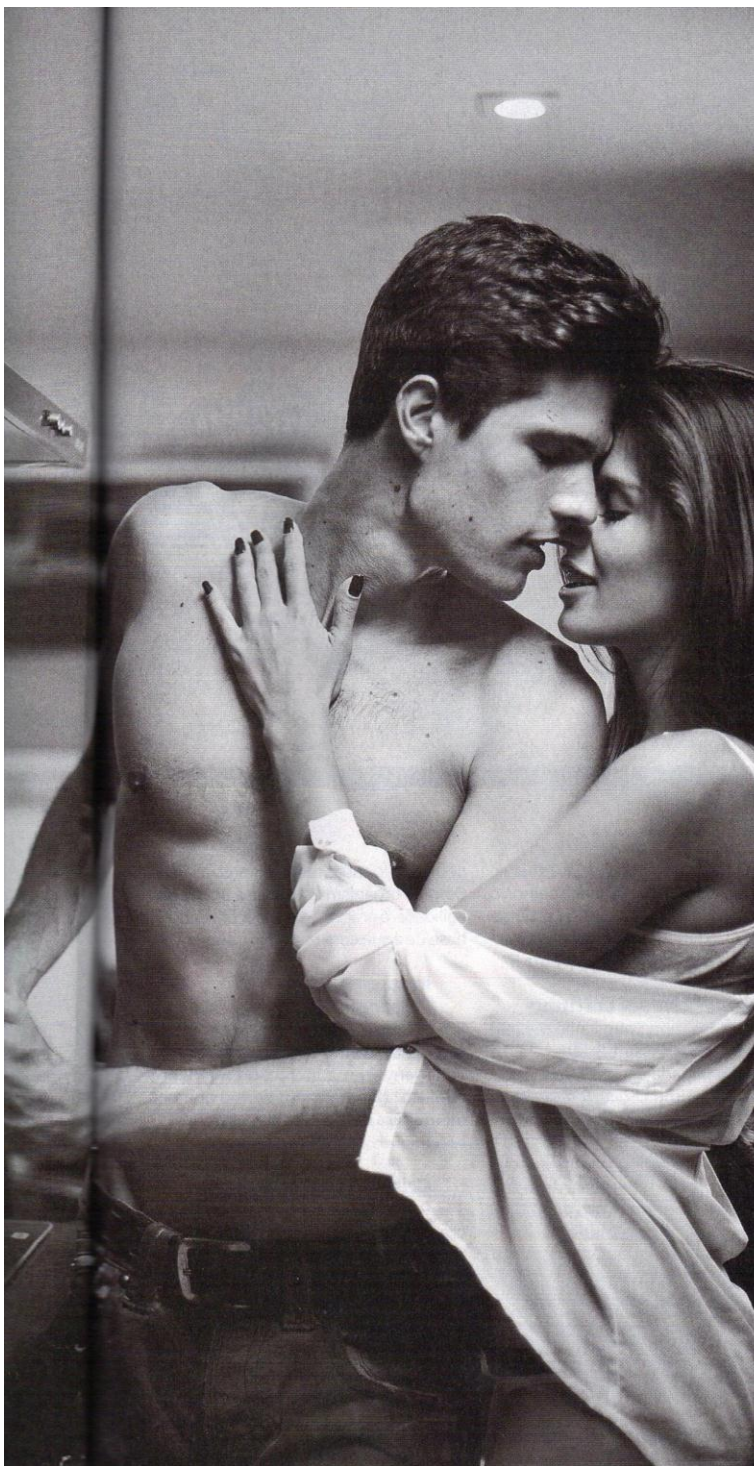
Essa foi a sugestão que Betty Herbert deu ao marido para reencontrar o desejo perdido em 15 anos de casamento. Cada um teria de sugerir e colocar em prática uma ideia nova por semana. As experiências relatadas num blog deram origem a seu livro. Um bilhete carinhoso ou erótico descoberto no meio do livro de cabeceira, um elogio num momento inesperado ou uma viagem rápida, feita para comemorar um dia qualquer, são eficazes. Betty conta que, quando se conheceram, mal conseguiam tirar as mãos um do outro. "Depois, o sexo parecia tão distante que lutava para lembrar para que servia." A experiência deles mostra como dicas aparentemente banais melhoram a relação e a vida do casal.

Fale sobre suas fantasias e vontades

O escritor Alain de Botton escreve que homens e mulheres não partilham seus desejos por medo de gerar repulsa em seus parceiros. "Achamos mais fácil mor-

 Dá para acreditar?

Estudos mostram que, quando o casal divide os cuidados com a casa, o homem leva vantagem na cama



rer sem ter certas conversas", diz. Infelizmente, contar as fantasias ainda é tabu, mesmo para casais juntos há muito tempo. Mariana Yamaba, gerente de uma agência de relacionamentos, afirma que a maioria não divide seus desejos nos relacionamentos, embora todos tenham fantasias sexuais. "O que atrapalha é o romantismo e a visão de sexo como angelical", afirma o psiquiatra Alexandre Saadeh. "Poder falar e realizar as fantasias, sem que o outro se sinta desconfortável, é uma forma de recuperar a sexualidade desgastada do casal." Se não há espaço para essas revelações, não há espaço para a intimidade.

Avise quando pensar em sexo

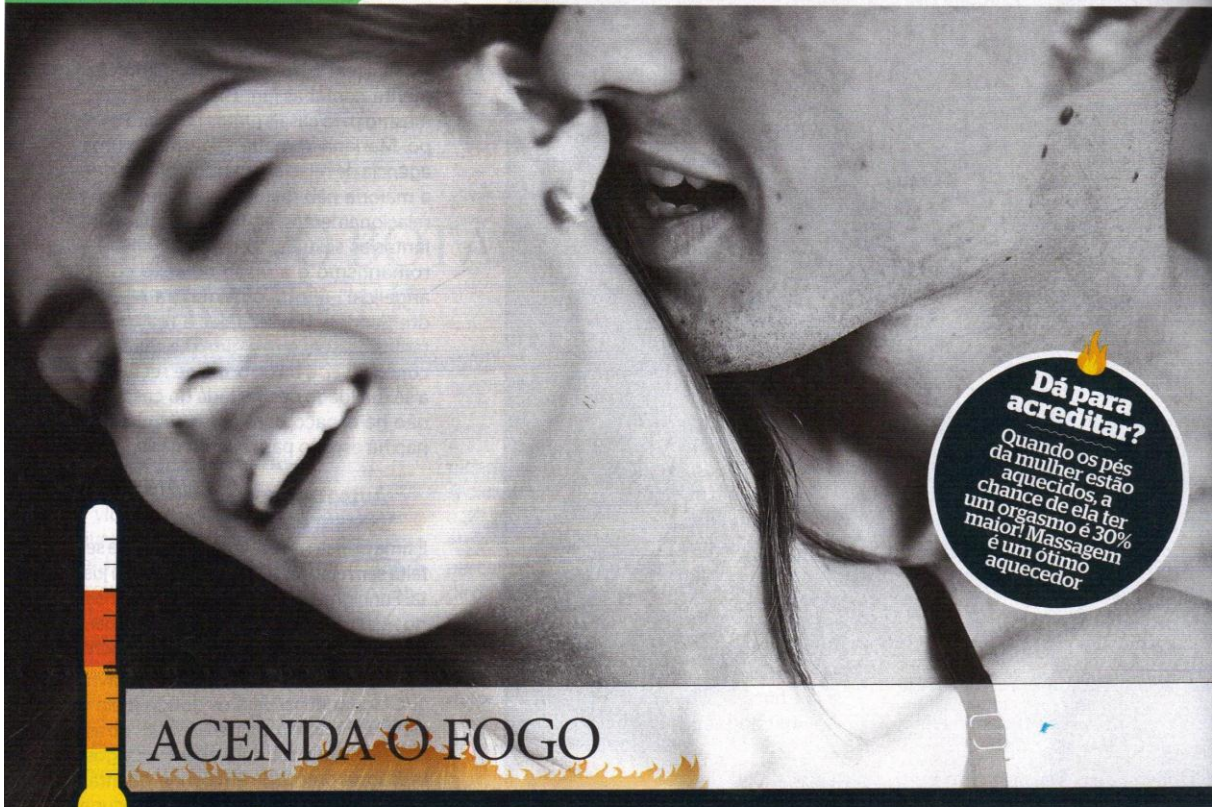
É uma brincadeira saudável que pode ser feita sem colocar ninguém numa sala justa. Funciona assim: toda vez que pensar no assunto, mande uma mensagem para o celular do parceiro. Em vez de escrever algo picante, combine uma palavra que faça sentido para os dois. A ideia é estimular o cérebro a pensar mais no assunto e dividir isso com quem você gosta. Não se preocupe em contar quantas mensagens recebeu e não se preocupe se não chegar nenhuma: é bom ser pego de surpresa.

Familiarize-se com o pornô

Ninguém está sugerindo para você ver um filme em que a câmera mostre detalhes de transas violentas ou encenadas por contorcionistas de circo. Há muitos tons de pornô. Escolha o que deixa você mais à vontade. É um instrumento divertido, acessível e, em boa parte das vezes, eficaz para apimentar a relação. "O pornô pode ajudar a explorar fantasias que o casal talvez não tivesse coragem de identificar de outra maneira", afirma Saadeh.

Agende um horário para transar

Não é exagero. Quando você marca como compromisso, é como se estivesse afirmando para si que aquilo é tão importante como qualquer outra atividade do dia a dia. Durante o namoro, muita gente faz isso com frequência e não é ruim, não é? ►



Dá para acreditar?

Quando os pés da mulher estão aquecidos, a chance de ela ter um orgasmo é 30% maior! Massagem é um ótimo aquecedor

ACENDA O FOGO

Compre acessórios molhados

Escolha um sabonete aromático e uma esponja macia. Faça uma seleção de músicas que lembrem momentos de entrega. Vocês decidem onde e como usar tudo isso. Não se preocupe em parecer sexy. "O que importa é quanto você está excitado", afirma Lisa Rinna. Só não demore. A água acaba com a lubrificação e pode levar ao relaxamento do corpo, tudo o que vocês não precisam antes de transar.

Invista nas preliminares

Um estudo da Universidade de New Brunswick, no Canadá, mostrou que as preliminares duram, em média, 12 minutos, e as mulheres gostariam de que durassem pelo menos 18. Sorte das brasileiras. Um ranking publicado neste ano pelo jornal *The Sun* mostrou que as preliminares por aqui duram, em média, 20,8 minutos. Mulheres gostam e

precisam de mais tempo para aquecer. Quanto melhor a preliminar, melhor o orgasmo. É o que sugere outra pesquisa. Se vocês podem ter o melhor orgasmo, por que se contentar com um nota 5?

Não precisa ser certinho

"Meninos bonzinhos não beijam dessa maneira." Assim Bridget Jones descreve a pegada de Mark Darcy, personagem do filme *O diário de Bridget Jones*. O estereótipo do cafajeste sedutor é ativado por um ato mais ousado e excita muita gente. Pode ser um beijo inesperado na nuca ou um amasso surpresa num canto da casa dos pais - tudo em nome dos velhos tempos.

Use lubrificante à base de água

Há muitas mulheres com boa lubrificação que, ainda assim, gostam de produtos que aumentem a sensação de umidade. Sentem mais prazer. O lubrificante à base

de água não causa ressecamento na pele. Como o organismo absorve a água com agilidade, é preciso passar o lubrificante à base de água com mais frequência.

Mude o cenário

É a sugestão do escritor Alain de Botton. Novos espaços encorajam a reconexão com o parceiro, porque em nada lembram a inércia do ambiente familiar. "Não há limite para o que um mergulho a dois numa banheira diferente pode nos ajudar a fazer", diz.

Crie seus próprios jogos

Podem ser bem simples, como escrever um bilhete sensual. Betty Herbert recebeu um do marido. "Vá para o quarto e tire a roupa. Há uma echarpe sobre a cama. Coloque-a como se fosse uma venda e se deite. Quando estiver pronta, eu vou entrar." Ela e Herbert juraram que esse tipo de teatro de alcova dá muito resultado. ▶

FIQUE EM CHAMAS



Dá para acreditar?

Mais de 30% das mulheres entrevistadas no Brasil dizem nunca ter feito sexo anal e gostariam de experimentar

82 > ÉPOCA, 15 de abril de 2013

Seja generoso

Avise que aquele será o dia do parceiro fazer o que quiser, que você não espera nada em troca, nem mesmo um orgasmo. No livro *50 tons de cinza* (Editora Intrínseca), a submissão é retratada como um fetiche. Para a psicanalista Diana Corso, isso acontece porque, hoje, as mulheres não se sentem submissas. "Ali, elas estão representando um papel", afirma. Antigamente, ser submissa na cama não fazia sentido, porque a mulher se encontrava nessa situação no dia a dia. Agora cai bem, para os dois.

Livre-se dos preconceitos

Sexo anal ainda é um tabu, mas pesquisas sugerem que muita gente no Brasil gosta e pratica. Para quem ainda não conhece as inclinações da parceira, o ideal é sugerir e testar sua receptividade. Se não acontecer agora, a conversa continua. Não são todas as mulheres que aceitam e gostam, porém. Muitas têm medo da dor, além de preocupações higiênicas. O homem sempre deve usar preservativo e lubrificante de base aquosa.

Fale durante o sexo

Diga como se sente mais à vontade, qual seu ritmo favorito, como o parceiro pode conseguir aquele orgasmo. Falar é uma forma de tornar o assunto casual, desde que não vire a narração de um jogo de futebol.

Cuidado com a troca de posição

Mulheres alcançam o orgasmo por meio de uma estimulação contínua e rítmica. Se ela estiver chegando lá e o parceiro trocar de posição sem consulta prévia, será frustrante.

Relaxe

Não se preocupe demais com a frequência com que faz sexo. Só a personagem Samantha, do filme *Sex and the city*, acha ruim fazer sexo "apenas" quatro vezes por semana. A quantidade ideal é aquela considerada boa pelo casal. ♦

Os novos profissionais do prazer

Eles cobram caro para, usando apenas as mãos, levar gente desconhecida ao orgasmo

Nathalia Ziemkiewicz

Há dez anos, o capixaba Alessandro Barcellos Silva era um jovem psicólogo com um sogro esquisito. Deva Nishok, pai de sua então namorada, adotara o tantra, uma filosofia oriental que usa experiências sensoriais – como massagens – para atingir a libertação física e espiritual. Por massagem, entenda-se a estimulação de todas as partes do corpo, inclusive zonas erógenas e órgãos sexuais. Mesmo “assustado”, Silva participou de algumas sessões promovidas pelo ex-sogra. “Meses depois, percebi que a experiência tinha mexido comigo”, diz ele. Silva deixou seu consultório particular de psicologia e resolveu estudar a filosofia tântrica.

Hoje, aos 33 anos, Silva atende pelo nome de Pashupati. Num sobrado da Vila Mariana, em São Paulo, faz mulheres gemer, chorar e rir quando chegam ao orgasmo durante as sessões de massagem tântrica. Ele diz que sua família e seus colegas de Vitória, no Espírito Santo, onde nasceu, não aceitam muito bem a reviravolta em sua vida. Os vizinhos especulam se ele virou garoto de programa. Os pais, chocados, perguntaram se a tal massagem era “lá” onde estavam pensando. Ele confirmou. Sua

mãe, Xanderly, uma dona de casa de 53 anos, demonstrou preocupação: “E se o marido dessas moças descobre?”

Dona Xanderly não tem com o que se preocupar, diz Silva. Ele, assim como os outros 63 terapeutas do Metamorfose, o maior centro tântrico do país, é um novo tipo de profissional do prazer. Em salas com iluminação baixa, aroma de incensos e música relaxante, eles aplicam a massagem da maneira mais asséptica possível, em delicadas circunstâncias. Depois de uma breve conversa com o cliente, para entender as motivações que o levaram até lá, convidam-no a se deitar num futon, vestem luvas descartáveis besuntadas em óleo corporal e começam o trabalho. Não é permitido que o massagista fique nu ou seja tocado durante a ses-

são. Silva, como os outros terapeutas, diz seguir o protocolo rigorosamente. Por quase uma hora, ele executa movimentos suaves com as pontas dos dedos pelo corpo do cliente, “acordando” os músculos e o sistema nervoso. Na meia hora seguinte, dedica-se aos genitais. A sessão pode ou não terminar em orgasmo, mas é certo que não haverá sexo entre o massagista e seu cliente. “Encaro meu trabalho como se fosse um ginecologista”, afirma Silva. Mesmo assim, ele não é muito discreto ao revelar os elogios que escuta das clientes. “Algumas me consideram uma espécie de deus.” Silva chama algumas das sessões de massagem de “exorcismo”, por causa dos gritos e das crises de riso ou de choro: “Só aperto os botões certos para despertar algo que já está na pessoa”.

Os novos profissionais do prazer não são médicos. Eles ganham para levar os clientes ao êxtase sexual. Não gostam de falar sobre isso, mas se equilibram numa linha tênue que separa seu trabalho da prostituição. O site do Metamorfose destaca que o centro não oferece nenhum tipo de relação sexual, mas mesmo ali se destaca a boa aparência dos funcionários, sejam moças ou rapa-

O massagista não fica nu nem pode ser tocado pelo cliente. Leva-o ao êxtase sem sair do protocolo

DEDICAÇÃO
A terapeuta Dhara
Prem durante
uma sessão. Ela diz
que a recompensa
da profissão é
desenvolver
a sexualidade
dos clientes



zes. Na página em que o cliente escolhe por quem quer ser atendido, muitas terapeutas chamam a atenção pela beleza e fotogenia. Nesse ramo, também não se fala em números. Os terapeutas dizem fazer no mínimo 30 atendimentos por mês. Como cada sessão custa cerca de R\$ 300, chega-se a um ganho mensal de R\$ 9 mil. Mesmo considerando que se paguem 50% de comissão à empresa, o massagista fica com um salário de R\$ 4.500, por poucas horas de trabalho.

Para quem olha de fora, parece uma atividade motivada por dinheiro ou desejo. Os massagistas dizem que é basicamente altruísmo. Querem ajudar pessoas com problemas sexuais. As mulheres que procuram o serviço costumam reclamar de falta de libido. Algumas foram vítimas de abuso sexual. Outras têm vaginismo (contração involuntária dos músculos vaginais) e anorgasmia (ausência de orgasmos). Os homens relatam disfunções sexuais como ejaculação precoce ou impotência, causadas por problemas emocionais. Disfunções por motivos fisiológicos, como uma doença, não podem ser resolvidas pelo tantra.

Se as causas são emocionais, como ansiedade ou cobrança por desempenho, ele talvez possa ajudar. "Para algumas pessoas, pode ser mais fácil encarar uma sessão de massagem do que um psicanalista", diz a psiquiatra Carmita Abdo, coordenadora do Projeto Sexualidade (Prosex), da Universidade de São Paulo (USP).

Na teoria, a massagem tântrica é capaz de proporcionar orgasmos poderosos porque a pessoa está ao mesmo tempo relaxada e totalmente concentrada em receber prazer. Não existe a tensão de uma relação sexual, em que as duas partes estão preocupadas com os sentimentos e o julgamento do outro. Ao mesmo tempo, é possível acompanhar, por meio do trabalho do massagista, como cada parte do corpo reage ao toque. As pessoas estão acostumadas a concentrar seu erotismo em áreas predeterminadas e podem ter surpresas agradáveis. E instrutivas. O administrador de empresas M., de 43 anos, procu-

rou uma das cinco unidades do Espaço Tantra na cidade de São Paulo para ter novas experiências sensoriais. Ele conta que a namorada logo notou as mudanças, mesmo sem saber de seus encontros semanais com a terapeuta Dhara Prem, de 38 anos. "Hoje, capricho nas preliminares, a ereção dura mais e não preciso ejacular para ter prazer", diz ele. Dhara, que não informa seu nome verdadeiro, afirma que essa é a maior recompensa de seu trabalho. "Meu prazer é perceber que a pessoa se entregou e deixou os problemas lá fora", diz ela. Seus clientes são advogados, engenheiros ou executivos estressados. Eles precisam relaxar e têm como pagar pelo serviço.

Às vezes, a terapia indiana funciona como forma de salvação pessoal para o massagista. A terapeuta paulistana Samvara conta que foi abusada até os 12 anos pelo pai alcoólatra, violência que resultou numa grave depressão. Até os 25 anos, seus namoros eram só "beijo,

abraço e aperto de mão". Sem sexo, ela demorou a ter relacionamentos sérios e não formou a própria família. O primeiro orgasmo foi aos 40 anos, numa sessão tântrica. Ao notar a

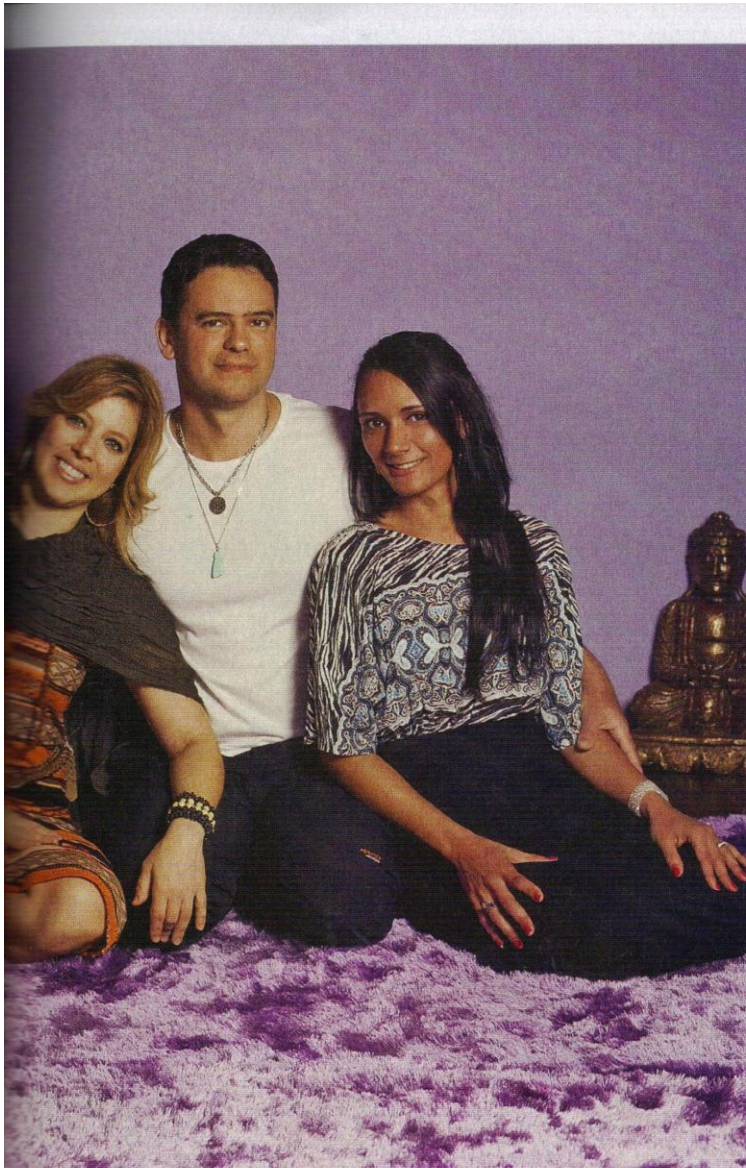
transformação em sua própria vida, decidiu abandonar a carreira de advogada trabalhista e dedicar-se ao tantra. Hoje, com 50 anos, diz que é "emocionante poder retribuir" o bem que fizeram a ela.

Essa disposição generosa parece um sentimento comum a todos os envolvidos na nova indústria do prazer. "Minha satisfação pessoal é ver a evolução dos clientes", afirma Ivy Fasanella, a Yamini, ex-dentista que atende no centro Metamorfose. "Adoro saber que o sexo deles em casa melhorou. Quando isso acontece, a vida toda muda para melhor." Ivy é loira de olhos azuis, tem 38 anos e um sorriso largo e bonito. Alguns dos homens atendidos por ela preferem não revelar às parceiras as horas passadas no futon. O professor de ioga Pedro Salgado, namorado de Ivy, não se importa. Ele diz que ajudar no desenvolvimento sexual das pessoas é "um objetivo nobre". Não é incomum que Ivy receba ligações inconvenientes de quem confunde a terapia tântrica com sexo. Pacientemente, ela

A terapia tântrica atrai pessoas com disfunções sexuais e gente interessada em aumentar seu prazer



ESCOLADOS
Os terapeutas Ivy Fasanella (à esq.), Alexandro Silva e Edna Pereira. Eles sabem demover clientes que confundem terapia com sexo



explica o engano. A confusão frequente fez com que tivesse medo, em suas primeiras sessões, de ficar sozinha com um desconhecido nu. Mesmo assim, ela diz que nunca passou por situação que não pudesse contornar. "Alguns jogam verde, brincam que vão se apaixonar", diz. "Mostro que não existe possibilidade de algo a mais. Postura séria e tom de voz firme inibem os mal-intencionados."

A terapeuta Edna Pereira, batizada de Hyanna, já recebeu ofertas em dinheiro para jantar ou transar com clientes. Nas

primeiras vezes em que isso aconteceu, ficou desolada e chorou. "Eu me senti uma prostituta", diz. Ela concilia o trabalho como massagista tântrica com o cargo de fisioterapeuta na UTI cardiopulmonar do Hospital Sírio-Libanês, um dos mais prestigiados do país. Diz que hoje tem um discurso pronto para os abusados: "Você encontra isso que deseja em outros lugares, por um preço menor e sem restrições". Edna passou um bom tempo sob olhares tortos de colegas do hospital, e um relaciona-

mento terminou quando o rapaz soube de sua atividade. Um dia, se ofereceu para lhe fazer uma massagem tântrica. Ele adorou a surpresa, e ela revelou que fazia aquilo profissionalmente. A expressão dele mudou na hora: "Você pega no pênis de desconhecidos?". O romance não foi para a frente, e Edna continua solteira. "É difícil para um homem entender meu trabalho", diz. "Na cama, eles também não acompanham meu ritmo." Por causa do conhecimento sobre o corpo proporcionado pelo tantra, Edna diz prolongar o orgasmo por tanto tempo, que uma relação sexual para ela pode durar horas.

O mercado para serviços de prazer parece estar em crescimento. Só o Metaformose tem dez unidades espalhadas por várias cidades do país, e seus terapeutas viajam para fazer atendimentos em lugares onde não há filiais. Além das pessoas com problemas na cama que querem alguma espécie de ajuda, há multidões interessadas em aumentar o próprio prazer – e o do companheiro. "As pessoas querem sempre mais diversão, mais intensidade, mais prazer", afirma o sexólogo Amaury Mendes Junior. Isso faz parte da cultura de nosso tempo, da mesma forma como a busca pelo corpo perfeito e pelo sucesso profissional. O psiquiatra Alexandre Saadeh, do Hospital das Clínicas da USP, diz que nunca fomos tão exigentes em relação ao sexo. "É quase uma obrigação ter orgasmos intensos e uma transa sempre fenomenal", afirma.

A busca pelo prazer constante de alta qualidade pode ser apenas uma ilusão, mas ela mobiliza gente. Assim como compramos carros e telefones celulares, que melhoram a cada ano, gostamos de acreditar que é possível melhorar tudo a nosso respeito: a aparência, os sentimentos e, por que não?, a capacidade de dar e receber prazer sexual. Pagando por isso. Em seu novo livro, *Como pensar mais sobre sexo*, o filósofo suíço Alain de Botton sugere que essas expectativas talvez sejam irrealistas. O sexo, diz ele, é misterioso e irremediavelmente complicado. As massagens tântricas podem ser prazerosas e estimulantes. Mas é improvável que nos abram as portas do paraíso de uma vez por todas – a despeito da boa vontade e do talento dos novos profissionais do prazer. ♦

Especial

DIRETO A



Se alguém recém-chegado de Marte quiser se informar sobre a revolução sexual e comportamental promovida pela internet, pode começar o aprendizado por observar o Bang with Friends (traduzido do inglês chulo original, significa "transar com amigos"). O aplicativo, o grande sucesso do momento do Facebook, vai direto ao ponto: são marcados na lista de amigos aqueles com quem a pessoa iria para a cama e ela fica esperando que tenha sido escolhida para o mesmo fim por um dos seus eleitos. Quando A clica B e B clica A tem-se um par disposto ao sexo casual. O programa então manda um e-mail ("It's bangin' time! You've got a bangin' match" — "É hora de transar...") parabenizando os nubentes de uma noite só e aconselhando-os a entrar logo em contato para combinar os detalhes. O universo de atuação do Bang é enorme (1 bilhão de membros do Facebook) e seu crescimento se dá em ritmo espetacular. Lançado há três semanas, na quinta-feira passada já tinha conquistado 500 000 usuários. Nos primeiros catorze dias, foi usado para marcar encontros de 130 000 pessoas. Não se sabe quantos desses realmente acabaram na cama, mas essa é a ideia. O sucesso do Bang traduz a mudança na forma com que as pessoas encaram o relacionamento amoroso, casual ou sério. Será que também pode ser interpretado como o último prego no caixão do amor romântico?

No meio do século XVIII, o movimento artístico e filosófico do Romantismo elevou às alturas o ato de cortejar com a seguinte definição: "Uma missão heroica à procura de sentido

64 | 15 DE FEVEREIRO DE 2013 | **VOZ**

O PONTO



O Bang with Friends, o maior sucesso recente do Facebook, não perde tempo com meias palavras: você quer transar comigo? É a mais nova ousadia da revolução sexual e comportamental promovida pela internet

FILIPE VILICIC E RENATA LUCCHESI

para a vida, de identidade pessoal e de uma espécie de salvação na Terra". O Bang with Friends reviu o tema com o slogan estampado na sua página on-line: "Pule a conversa. Qual dos seus amigos quer transar?". Um estudo dos anos 90 identificou 109 estratégias adotadas por homens e mulheres para chamar a atenção de pretendentes em bares, incluindo encarar de forma sedutora, demonstrar simpatia com piadas e pagar uma bebida para sinalizar a paquera. Com o Bang, nada disso é preciso. O paulista Daniel Oliveira, estudante de arquitetura de 23 anos, mar-

cou no Bang nada menos que 800 mulheres de sua lista de 2.200 amigos no Facebook. "Percebi que tenho muitas amigas com quem toparia algo a mais", diz. "Só tomei o cuidado de não marcar namoradas de amigos meus." Ele recebeu quatro respostas positivas. A taxa de retorno foi de 0,5%, o que parece razoável para uma abordagem quase de spam. Uma das meninas a dizer "sim" é Giovanna Bin, 20 anos, estudante de moda. Ela havia sido mais criteriosa: escolheu sete meninos entre seus 656 amigos, e teve dois sim. Apesar de estudarem na mesma uni-

versidade, em São Paulo, eles não se conhecem pessoalmente. Encontraram-se pelo Facebook e, depois de um clicar no outro no Bang, começaram a conversa virtual. Combinaram um encontro para depois do Carnaval. "No começo achei o Bang engraçado. Depois percebi que pode ser uma boa opção para quem é tímida, como eu. Ao vivo é difícil convidar alguém para sair", conta Giovanna. Nesse caso, no final das contas, o Bang foi usado como se fosse qualquer site de relacionamento, desses que promovem namoros. Na vida real, o sexo casual

FILIPPO VAS

Especial

pode ser o início de um relacionamento mais sério, permanente.

Os criadores do Bang são três universitários americanos, moradores da Califórnia, que, por enquanto, preferem permanecer anônimos. A precaução deve-se ao receio da reação de "setores moralistas da sociedade" e de processos judiciais. Um deles, jovem na faixa dos 20 anos, disse a VEJA: "A ideia surgiu em um papo regado a bebida no qual conversávamos sobre como os melhores relacionamentos amorosos são com pessoas com quem já temos amizade. Aí decidimos ajudar a quebrar barreiras entre amigos que querem apimentar a relação". O trio vinha de experiências frustradas em sites tradicionais de namoro on-line. Esses sites tentam aproximar pessoas por meio da computação de afinidades. "A fórmula dessas páginas antigas não agrada a jovens, como nós." O que eles percebiam foi que "muita gente quer cortar o papo-furado e ir direto ao sexo".

Os alemães são os que mais rápido estão aderindo ao Bang (19% do total), seguidos por americanos (18%) e brasileiros (8%). Em sua grande maioria, eles têm entre 18 e 35 anos, são universitários ou recém-formados. Mantido esse ritmo, o número de participantes ultrapassará 1 milhão no primeiro mês. É um desempenho espetacular, mesmo para os padrões da Internet. O programa funciona como um site associado



Down to Bang

Já está tudo combinado

O usuário típico do Bang with Friends tem 20 e poucos anos, é universitário ou recém-formado. Daniel Oliveira, de 23 anos, marcou 800 mulheres entre seus amigos no Facebook. Daí resultou o encontro marcado com a paulista Giovanna Bin, de 20. Ela foi bem mais criteriosa no Bang: escolheu sete meninos de sua lista de amigos. Dois já responderam, entre eles Daniel. Apesar de frequentarem a mesma universidade em São Paulo (ele estuda arquitetura e ela, moda), eles ainda não se conhecem pessoalmente (só via Facebook). O encontro está marcado para esta semana, depois do Carnaval.

BANG COM UM CLIQUE

Um guia para usar o Bang with Friends (BWF), o site que reúne, via Facebook, pessoas interessadas em sexo sem compromisso

f O rápido caminho para a conquista

1 O primeiro passo é entrar no site do BWF e clicar em "Connect using Facebook" (conecte-se ao Facebook)



2 É preciso liberar o acesso às informações do perfil no Facebook. Isso permite ao BWF listar os amigos da rede social

3 A relação de todos os amigos, com fotos e separados por sexo, é exibida no BWF. Para demonstrar interesse, basta clicar no botão "Down to Bang" junto à foto selecionada



4 Caso o interesse seja mútuo, um e-mail será enviado a ambos com o convite "It's bangin' time!" (é hora de transar)

5 Os detalhes finais do encontro são combinados diretamente entre o casal, sem a participação do BWF



ao Facebook, mas há planos de um aplicativo para smartphone e tablet. O Bang só leva em conta a existência de familiares na lista de amigos se eles forem devidamente identificados como "mãe" ou "filha" no Facebook. Por isso, ainda é normal ver a presença da vovó entre os candidatos a Bang. E também não se assuste ao deparar com fotos da própria namorada na lista. Daniella Almeida, estudante de administração de 25 anos, garante se sentir à vontade se souberem que entrou para o Bang. "Não me importa que amigos vejam que estou lá", ela diz. "Afinal, o lance do Bang não é mesmo tentar transar com quem você tem uma amizade?" O aplicativo é bastante simples. A única triagem possível é a separação entre homens e mulheres. Não há, por sinal, restrição alguma à pegação homossexual. Michel Heberton, potiguar de 32 anos, foca essa possibilidade no Bang, apesar de saber da existência de sites especializados (o Grindr, com 4 milhões de usuários em 192 países, é o mais conhecido). "Devo marcar quatro paqueras no site. O bom do Bang é que ele garante um tiro certo, sem a possibilidade de ser rejeitado", diz.

A internet universal, com o "www", do jeito que a conhecemos, existe há apenas 23 anos. Pode-se dizer, contudo, que seu papel como facilitadora de relacionamentos amorosos é mais

antigo. A primeira rede social virtual, criada em 1959 por dois estudantes de engenharia da Universidade Stanford, no Vale do Silício, tinha como objetivo colocar em contato homens e mulheres com gostos parecidos, mas que não se conheciam. Combinando idade, hobbies e traços de personalidade, eles conseguiram reunir 49 homens e 49 mulheres ao redor de uma piscina, o que resultou em namoros e até em um casamento. Passadas cinco décadas, há mais de 1 400 serviços de namoro on-line apenas nos Estados Unidos, um negócio que movimenta 2 bilhões de dólares. Um em cada três americanos solteiros tem perfil em um deles. Estima-se que um em cada cinco relacionamentos comece hoje na internet. Um gigante entre eles é o Badoo, aplicativo para Facebook, smartphone e tablet, com 35 milhões de usuários ativos. Projetado inicialmente para servir de ponte para novas amizades, acabou se tornando um veículo de paqueras. O eHarmony, um dos mais bem-sucedidos, calcula, com base em algoritmos, a probabilidade de um casamento duradouro para os casais formados entre seus 33 milhões de cadastrados. O número de casamentos realizados com a ajuda do site nos Estados Unidos é impressionante: quase 100 000 por ano. A questão filosófica é se a indústria do relacionamento amoroso, com sua eterna pro-

ESTES TAMBÉM SÃO PARA BANG

500 000 pessoas se cadastraram no Bang with Friends nos treze dias seguintes ao lançamento

25 novos usuários se cadastram por minuto. Nesse ritmo, o BWF ultrapassará 1 milhão de pessoas no primeiro mês

130 000 usuários já marcaram encontros. Os alemães são os mais ativos, seguidos de americanos e brasileiros

ASHLEY MADISON
A vida é curta. Casar não é.

Criado em 2002
17,5 milhões de usuários

► Promove encontros anônimos entre pessoas dispostas a trair namorado, marido ou esposa



Criado em 2009
4 milhões de usuários

► Aplicativo para smartphone e tablet que utiliza o GPS para promover encontros entre homossexuais

VAI PEGAR?

Criado em 5 de fevereiro
12 000 usuários

► Imitação brasileira do BWF, ganhou 12 000 usuários nos dois primeiros dias

ESTES SÃO PARA NAMORAR

eHarmony

Criado em 2000
33 milhões de usuários

► Mais conhecido site do gênero, reúne pessoas com afinidades



Criado em 5 de fevereiro
1 000 usuários

► Aplicativo para iPhone que é uma versão leve do BWF. Paga-se para marcar os encontros

Especial

messagem de novos namoros, é um sinal da morte do sexo com compromisso.

O fato é que o relacionamento online está mudando a paisagem do namoro moderno. O impacto da tecnologia sobre a forma como lidamos com o sexo e o amor começou a se tornar evidente 200 anos atrás. Um estudo publicado no ano passado pelo geneticista Stephen Jones constatou que a bicicleta ampliou em 48 quilômetros o raio de distância que ingleses percorriam para encontrar uma namorada no século XIX. Antes da

bicicleta, a maioria se casava com pessoas que viviam a poucos quilômetros de distância. Em 1932, uma pesquisa do sociólogo americano James Bossard concluiu que três de cada dez namorados ainda viviam a cinco quarteirões de distância um do outro e que em um de cada seis a proximidade era de um quarteirão. A popularização de carros, aviões e, principalmente, da internet mudou a situação. Hoje, 40 milhões de pessoas estão casadas com pessoas de nacionalidade diferente da sua.



A FORÇA DA TECNOLOGIA Dan Slater: sites aumentaram a oferta de parceiros



"Sexo casual, mas com amizade"

A estudante de administração de empresas Daniella Almeida, de 25 anos, marcou dez amigos no Bang. Mas ainda não teve retorno. Diz ela: "Somos uma geração que pensa no sexo de forma liberal. Pode ser casual, mas com amizade". Para ela, o aplicativo abre portas para quem deseja "transar com quem se conhece, mas tem medo de dizer cara a cara".

O ALGORITMO DO SEXO

O jornalista e escritor Dan Slater é autor de *Love in the Time of Algorithms* (O Amor no Tempo de Algoritmos), lançado há duas semanas nos Estados Unidos. Em seu livro, ele mostra como a tecnologia, em especial a web e os sites de namoro, mudou a maneira como começa um relacionamento amoroso — e também como é visto o relacionamento alheio.

Como a tecnologia transformou nossos relacionamentos? Antes do carro ou das salas de cinema, os relacionamentos eram muito limitados a pequenos círculos de conhecidos e a maioria dos casamentos acabava sendo motivada por interesses



FOTO: JACQUES VITALE/ALFABET



Sem risco de rejeição

O produtor de televisão português Michel Herberton, de 32 anos, diz ser "preciso cautela no Bang". Ele já se decidiu por quatro homens. "O bom é que o site descarta a possibilidade de rejeição, já que só se fica sabendo de quem demonstra interesse", diz.

financeiros ou familiares. Os automóveis ampliaram a mobilidade dos jovens e o cinema possibilitou uma privacidade inédita fora da casa dos pais. Isso criou o que conhecemos nos Estados Unidos como *date* (o encontro marcado com intenções sexuais). A internet aumentou ainda mais a quantidade de pessoas que podemos conhecer e a eficiência da busca por parceiros mundo afora. Temos uma gama de milhões de pessoas com quem podemos marcar conversas virtuais que levem a um *date* no mundo real.

Quais são as consequências dessa transformação? Essa nova eficiência afeta vários aspectos de como pensamos um relacionamento. A consequência que desperta maior atenção é que, como se tornou fácil achar parceiros, as pessoas acabam perdendo rapidamente a

paciência, mesmo no caso de relacionamentos com poucos problemas. Afinal, é fácil arranjar outra pessoa. Um segundo efeito é que, ao conhecer alguém on-line, se pode buscar informações a seu respeito no Google ou no Facebook. Antes mesmo de encontrar alguém pessoalmente, já é possível saber qual é seu trabalho, seu salário, seus hábitos.

Seria o Bang with Friends o exemplo radical da facilidade de começar um relacionamento? Sempre foi normal ter no círculo de amigos alguém com quem se queira ir para a cama. No mundo real, não é comum dizer isso na cara da pessoa. O Bang vem para quebrar essa enorme barreira.

Isso nos torna mais promíscuos? Não necessariamente. Mas, se o objetivo é ter

Disse a VEJA o escritor Dan Slater, autor de *Love in the Time of Algorithms* (O Amor no Tempo de Algoritmos), um estudo sobre como os sites de namoro transformaram a paquera (veja a entrevista abaixo): "No passado, procurávamos entre uma dezena de mulheres de uma vila qual era nossa preferida. Hoje garimpamos entre dezenas de milhões". Essa nova possibilidade facilitou a busca. Calcula-se que, em cada quatro abordagens virtuais em programas como o Bang, uma tenha sucesso. Em contrapartida, o aumento da variedade reduziu a paciência para relacionamentos sérios e nos deixou mais promíscuos. Se em 1930 sete em cada dez mulheres tinham só um parceiro sexual ao longo da vida, hoje isso só é verdade para duas em dez. Treze em cada 100 ultrapassam dez parceiros. Com tanta facilidade, o número de adúlteros disparou. Se em 1975 duas em cada dez esposas tinham amantes, agora o número dobrou. Entre homens, o salto foi de 50% para 65%. É o ambiente propício para a proliferação de uma ferramenta como o Bang, o novo fenômeno da maior praça pública já criada pelo homem, o Facebook com seu 1 bilhão de frequentadores. ■

COM REPORTAGEM DE CAROLINA MELO, HENRIQUE CARNEIRO E VÍCTOR CAPUTO

mais sexo, com uma variedade maior de homens ou mulheres, isso se tornou bem mais fácil. Antes, se alguém escolhia um modo de vida malvisto pela sociedade, era obrigado a viver em meio às poucas pessoas de seu círculo. Agora, basta navegar na web à procura de outros que querem ter a mesma forma de vida e se sentir incluído. Podemos ser o que queremos e não precisamos corresponder a antigos e equivocados estereótipos, como o que diz que o homem tem de ter um perfil de macho alfa e que a mulher é mais bem-vista se adotar uma postura virginal. As gerações antigas se assustam? Sim, é verdade. Mas elas antes se assustavam com classificados amorosos em jornais e com a visão de jovens namorando no escuro do cinema.

O AMOR NOS TEMPOS DO :)KKK@<3:(

Conhecer alguém pelo Face, xavecar por SMS e namorar pelo Skype são as partes contemporâneas dos relacionamentos. As antigas continuam exatamente iguaizinhas

DOLORES GROSCH

"Dá um Google no meu nome". Se você ouvir isso de alguém com quem estiver tentando puxar conversa falada em uma balada, saiba: essa pessoa quer que você de-sa-pa-re-ça da frente dela. Sim, porque, se você tivesse dado o Google ou entrado no Facebook dela, coisa que todos os seres do planeta fazem quando estão a fim de alguém, já saberia: 1) o nome dela; 2) se ela vai sempre àquele lugar; e 3) que ela tem namorado. Ou namorada. Os relacionamentos amorosos na era do Facebook e dos apps feitos para aproximar quase instantaneamente os interessados em alguma forma de se enrolar são intermediados pela infinidade de informações ao alcance de uns poucos toques. Tremar diante de um telefone quando a pessoa do outro lado da linha pode ser gelida, tentar descobrir por indicadores materiais se o gato na fila do banheiro é comprometido ou ouvir um "Vinha, mas não volto nunca mais" à abordagem mais batida do mundo — "Você vem sempre aqui?" — são coisas do passado pré-digital.

Se o Facebook falasse, ele diria ao tiozinho desavisado: "Seus problemas

acabaram!". Tudo isso pode ser resolvido pelo celular, em dois cliques e sem que ninguém saiba. Quer ver? Olhe ao lado o programador Rafael Rinaldi, 22 anos, de São Paulo. Ele ficou interessado na publicitária Camila Santana, 24, quando viu uma foto dela no Face de um amigo. Clicou na foto e, em poucos minutos, ficou sabendo que o filme de que ela mais gosta é *O Diabo Veste Prada* e a qual bar ela tinha ido com as amigas — todas igualmente identificadas — no fim de semana anterior. E, importante: que ela é hétero, porque, no espaço "Interessado em", do Face, ela assinalou a alternativa "homens".

Simples, não? Relativamente. Todo mundo sabe que o que se põe nas redes sociais é só a melhor parte das férias, do corpo e da tumba. E que, pessoalmente, os cheiros, os gestos, os olhares e aquelas deliciosas pontadas abdominais são capazes de transmitir muito mais informação do que a página da rede. "Mas a paquera pelo Facebook dá a sensação de que estamos conversando diretamente com alguém que tem tudo a ver conosco", diz Erick Itakura, do Núcleo de Pesquisas da Psicologia em Informática da PUC-SP (informática? Ah, como a palavra ficou educada...). As diferenças entre a imagem virtual e a real às vezes funcionam a favor. "Achava que o Bruno era do tipo mulherengo. No

Como desenrolar a relação

Ele a viu no Face de um amigo e ficou interessado. Depois de dias conversando por mensagens instantâneas do Google, o programador Rafael Rinaldi e a publicitária Camila Santana marcaram de sair juntos. Como já sabia que ela gostava de festas modinhas, Rafael levou-a a uma balada gay. Lá, deram os primeiros beijos. A partir daí, alternaram os encontros reais e os papos virtuais. Rafael quis mudar seu status no Facebook de "solteiro" para "em um relacionamento enrolado". Camila sugeriu que ele mudasse para "em um relacionamento sério". Animado, ele perguntou: "Estamos namorando?". Ela respondeu: "Sim, estamos".



Ação entre amigos e namoro por Skype

Eles se paqueravam pelo Face e, um dia, combinaram de se encontrar em um bar. Quando chegou, a advogada **Nathalia Toledo** teve uma surpresa nada agradável ao ver o mergulhador **Bruno Santinoni**, em uma mesa, cercado de amigos. "Fiquei assustada; achava que íamos ser só nós dois. Ele então me disse que era uma despedida, porque ficaria dois meses trabalhando em uma plataforma de petróleo", conta Nathalia. "Mas ele me deu muita atenção e, no final, a gente acabou ficando." O namoro emplacou. Hoje, uma boa parte rola por Skype devido à profissão de Bruno.

Face, só tinha fotos de festas e de praias, sempre com mulheres. Quando o conheci, vi que o que ele mais gosta é de ficar em casa vendo um filminho", diz a advogada Nathalia Toledo, 29, que namora o mergulhador Bruno Santinoni, 31.

"Aparece lá." Foi assim que Ronaldo Kunzler, 21, convidou a estudante Liliane Dutra, 19, para sair, pela primeira vez, mencionando o pub onde ele trabalha como DJ. "Esse é um jeito de se resguardar. É como dizer: 'Estou potencialmente interessado em você. Mas há muita gente que eu conheço nessa festa; então, não estamos necessariamente em um encontro amoroso'", disse a psicóloga Rosa Maria Farah, autora do livro *Relacionamentos na Era Digital*. É também para manter certa segurança que ninguém mais pede o telefone do outro. Só se pergunta: "Você está no Face?". Assim, não se cria a obrigação de ligar. É mais fácil ir à página do outro, esmiuçar o seu perfil e estar bem afiado para o primeiro encontro. Que, muito provavelmente, vai rolar pela internet. E, mais provavelmente ainda, quando os dois estiverem no serviço, fingindo que estão trabalhando muito.

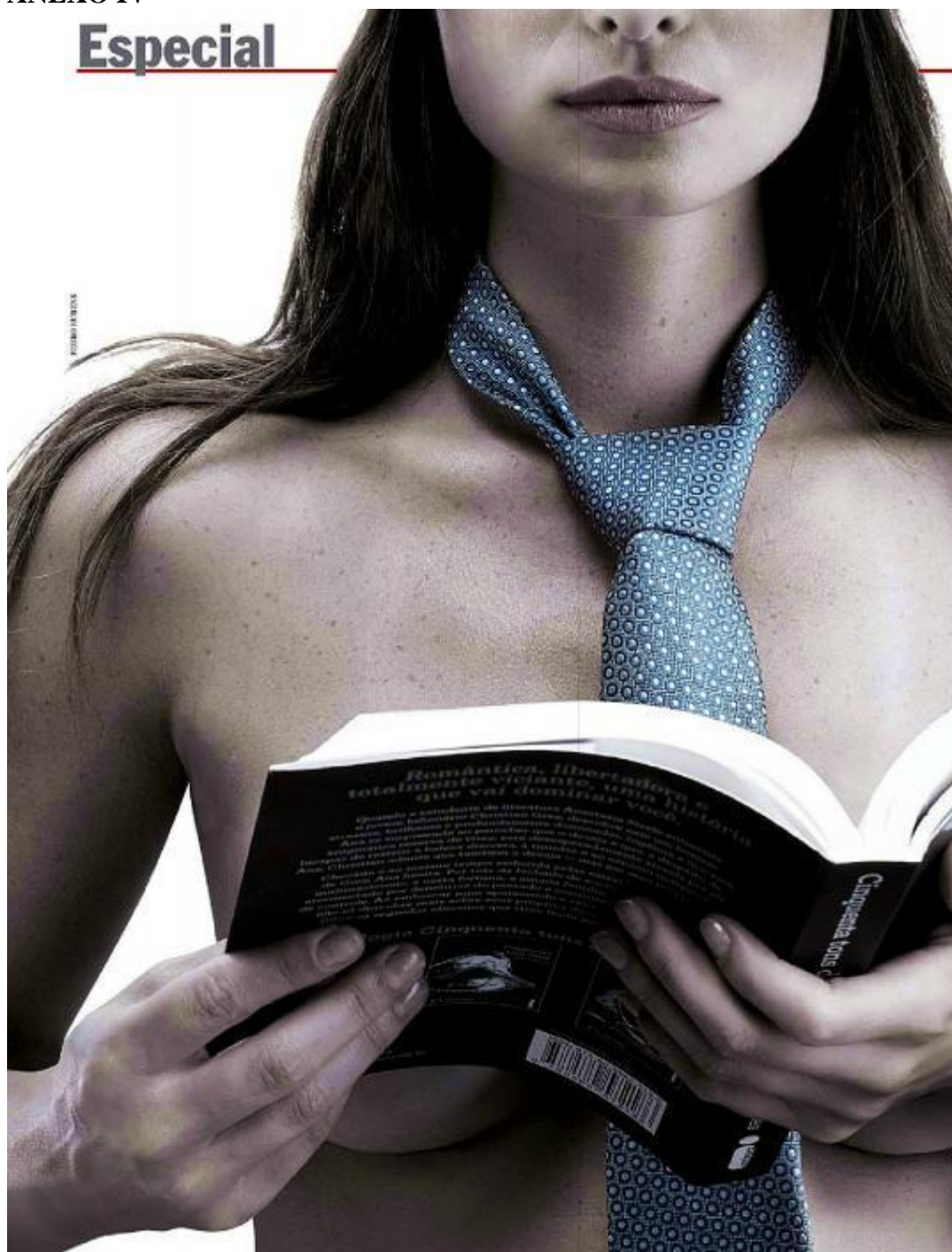
Algumas coisas, porém, não mudam. A escritora americana Ellen Fein lançou o livro *As Regras: Segredos Testados para Capturar o Coração do Cara Certo*, em uma tradução livre, em que prega mandamentos da conquista pelos meios virtuais. Regra 1: demore quatro horas para responder ao primeiro SMS dele, não um nanossegundo, como gostaria. Regra 2: se um cara mandar uma mensagem depois da meia-noite, só responda se quiser compromisso zero. Regra 3: Skype é legal, mas, se você aceitar falar assim, saiba que estará dizendo adeus aos encontros da vida real. Lol.

COM MARÍLIA LEONI

veja | 13 DE FEVEREIRO, 2013 | 71



SAR KOPPEL



COMO É GOSTOSO LER SOBRE S-E-X-O

O verdadeiro fenômeno da trilogia erótica *Cinquenta Tons de Cinza* não é vender tanto — é fazer com que as leitoras tratem abertamente e sem culpa do que gostariam de dividir com os homens na cama

GABRIELA CARELLI E SIMONE COSTA

A esta altura, não faz diferença alguma ter lido ou não *Cinquenta Tons de Cinza*, o primeiro volume da trilogia erótica escrita pela inglesa Erika Leonard James, que assina como E.L. James. Cedo ou tarde, mesmo quem não está interessado no assunto e mantém distância asséptica do livro vai saber pormenores da história. O romance foi alçado à categoria de fenômeno — ou seja, falem bem ou falem mal, não se fala em outra coisa. Nunca um livro de ficção vendeu tanto em tão pouco tempo. Em seis semanas, mulheres do mundo inteiro (sim, são 99,9% de leitoras, o resto cabe a uma fração mínima de curiosos ou desavisados do sexo masculino) devoraram 10 milhões de cópias. *O Código Da Vinci*, de Dan Brown, demorou um ano e meio para atingir a mesma marca. *Cinquenta Tons de Cinza* também foi o primeiro e-book a ultrapassar 1 milhão de downloads. O frenesi causado pelo estranho relacionamento amoroso entre o sádico Christian Grey e a estudante Anastasia Steele, a virgem que se revela uma talentosa parceira submissa, autorizou espertas jogadas de marketing, como a de um hotel próximo a Liverpool, na Inglaterra, que substituiu a *Bíblia* oferecida aos hóspedes nos criados-mudos por exemplares de *Cinquenta Tons*.

O segundo livro da série, *Cinquenta Tons Mais Escuros*, chegou às livrarias do Brasil há duas semanas e já ocupa o primeiro lugar na lista de Mais Vendidos de VEJA. O primeiro volume (340 000 exemplares desde julho no país, um oceano de páginas para os padrões nacionais) permaneceu na mesma posição por sete semanas consecutivas. Sexo vende. Não há novidade alguma nisso. Ainda mais se envolto em uma edulcorada história de amor. É o que Erika James oferece às leitoras. O livro é um romance bobinho, ao estilo das comédias românticas hollywoodianas de Nora Ephron, costurado com cenas de sexo fetichista. Dará um filme, claro, e as apostas de atores já começaram (veja

veja | 26 DE SETEMBRO, 2012 | 105



Especial

a reportagem na pág. 118). A linguagem é pobre. "É muita areia para o meu caminhar!", exclama em quase todos os capítulos a submissa, enquanto o dominador reverbera chavões sofríveis do tipo "Deixe-se levar, baby". Enfim, para quem ainda não sabe, e a partir daqui convém saber, a história gira em torno do alto, lindo, sensual e bilionário Christian Grey, na faixa dos 28 anos, que se encanta com a estudante universitária Anastasia Steele, no esplendor de suas 21 primaveras. Abusado na adolescência — essa é a desculpa oficial para as aturas do bonito —, ele desenvolve uma predileção por algemas, surras, vendas, chicotes e tudo o mais que possa causar dor, muita dor, à parceira. E ela aceita, e gosta, e quer mais.

A literatura está cheia de livros eróticos notáveis, mais bem escritos e capazes de provocar incêndios bioquímicos de proporções muito maiores. Em *A História de O*, escrito em 1954 pela francesa Anne Desclos com o pseudônimo de Pauline Réage, a fotógrafa que se deixa escravizar pelo amante sádico é forçada a se despir dentro de um táxi já nas primeiras páginas. Grey e Anastasia engatam o primeiro beijo apenas no longínquo quinto capítulo. Considerado obscuro e pornográfico, *O Amante*



de *Lady Chatterley*, de D.H. Lawrence, de 1928, foi publicado sem cortes na Inglaterra só três décadas depois. Nenhum deles alcançou uma filigrana da popularidade de *Cinquenta Tons*.

Não é, portanto, o sucesso editorial da trilogia de E.L. James que merece ser estudado. Fenômenos literários de qualidade duvidosa, assim como as paixões, surgem avassaladores e arrefecem pou-



O QUE A ATRAIU NA HISTÓRIA DE ANASTASIA STEELE E CHRISTIAN GREY?

As motivações de 25 mulheres, dos 18 aos 73 anos, ajudam a entender o fascínio e a repulsa à série de E.L. James



ALINE GUZZO, 23 anos

Advogada, Belém
"Comprei porque me interessei pelo rótulo de pornografia para mamães. Todo homem deveria ler esse livro para saber o que uma mulher deseja: é uma combinação de erotismo, mistério e romance."



CECÍLIA CRUZ, 73 anos

Aposentada, São Paulo
"Nunca havia lido nada parecido, mas, com exceção da política, nada mais me choca nesse mundo. Vejo a relação sadomasoquista dos personagens com muita naturalidade. Tudo o que acontece é próprio da natureza deles, faz parte da narrativa."

CLÁUDIA BELISÁRIO, 30 anos

Psicanalista, Belo Horizonte
"É uma tradicional história de princesa, como as da Disney, só que com muito sexo. Cansei de ler só Lacan e Freud. Precisava de um pouco de frivolidade. Troquei o Freud pelo Christian Grey."



EROTISMO NAS TELAS

Considerado obsceno e pornográfico quando escrito, em 1928, *O Amante de Lady Chatterley* (à esq.), de D.H. Lawrence, ganhou uma versão para o cinema em 1981, pelas mãos do diretor francês Just Jaeckin, o mesmo que, na década anterior, transformara em filme um dos maiores clássicos da literatura sadomasoquista, *A História de O* (à dir.), livro de 1954 da também francesa Anne Desclos

co tempo depois. O que há de realmente extraordinário é o fato de o romance movido a correntes e algemas, em uma despojada alcova chamada O Quarto Vermelho da Dor, mesmerizar mulheres de idades, classes sociais, formações, religiões e origens tão diferentes (25 delas aparecem ao longo desta reportagem). Diante da enorme repercussão, e na trilha do sexo submisso e da figura do

machão dominador e provedor representado por Grey, cabe perguntar o que os homens do mundo inteiro já estão se perguntando: o que querem as mulheres que compõem a legião de fãticas pela trilogia? A resposta não é simples. Entender as mulheres sempre foi um desafio enorme — e, se essa preocupação son como chavão, é porque ela é recorrente e jamais nos abandonou. "A grande ques-



GLEISI HOFFMANN, 47 anos
Ministra-chefe da Casa Civil, Brasília
"Já li as críticas a respeito do livro e da autora. Mas não está na minha lista de prioridades. No momento só estou me dedicando a portos e aeroportos."



DANIELLA SARAHYBA, 28 anos
Modelo, Rio de Janeiro
"Já tinha lido outras obras com passagens eróticas, mas nunca algo tão forte. Os personagens desejam coisas muito loucas, sem ser vulgares. Todas as mulheres com quem conversei ficaram, como eu, fascinadas com o erotismo explícito."



MICHELE KÖNIG, 34 anos
Empresária, Gravatai
"Queria dar uma esquentada no casamento. É leitura bem adequada para pessoas mais retraídas, mas na verdade achei um pouco água com açúcar demais, tem muito romance, é muito meloso."

HUMOR

“VÁ ENTENDER AS MULHERES!”

Quería ver se o lindo e bilionário Christian Grey fosse caixa de banco. Duvido que a Anastasia iria dar todo esse mole



MARCELO MADUREIRA
HUMORISTA DO CASSEI E PLANEJA

Entre constrangido e envergonhado, adquirei um exemplar do campeão de vendas das livrarias, *Cinquenta Tons de Cinza*, obra da senhora E.L. James. Afinal, precisava saber por que e, principalmente, como esse livro faz com que as mulheres subam pelas paredes feito lagartixas profissionais. Chegando em casa, já tomado de sofreguidão e com o coração aos pulos, tranquei-me no escritório. Apalpei e cheirei o volume para

verificar se havia alguma tisana ou alguma poção mágica embebendo as páginas e que fazem as fêmeas, num frêmito de volúpia sensual, devorar capítulos atrás de capítulos, até que, então saciadas, larguem lânguidas o exemplar num canto da alcova. Constatado que, pelo menos o meu exemplar, de diferente não tinha nada, dediquei-me à leitura de tal ingresia.

Anastasio (nada a ver com o governador de Minas) Steele é estudante e comerciante, tem um iPod e um Fusca. Christian Grey (grey, cinza na grafia britânica e gray, na americana, essa é a “sacada inteligente”, pessoal) é lindo, bilionário, tem um Audi cupê, curte ópera de Delibes, pilota um helicóptero EC 135 Eurocopter nas horas vagas e serve um finíssimo branco Pouilly-Fumé. Capítulo 7 e nada de saca-



VICTOR ANTONIO



UNIVERSAL

IZABELLA TEIXEIRA, 51 anos
Ministra do Meio Ambiente, Brasília
“Se eu ganhar de presente, pode ser que leia. Mas é bárbaro que exista um fenômeno editorial desse tamanho. O que atrai tantas leitoras, acho, é a possibilidade de as mulheres se imporem e serem mais mulheres.”



GETULIO MARINHO/OLYMPIA

HELENA CHAGAS, 50 anos
Ministra da Secretaria de Comunicação Social, Brasília
“Todo mundo comentou, começou a circular muita informação sobre o livro e comprei em papel mesmo, não no iPad. Não passei do primeiro capítulo. Achei muito chato.”



LETA ASSUNÇÃO

MANUELA D'ÁVILA, 31 anos
Deputada federal e candidata a prefeita de Porto Alegre
“Cinquenta Tons de Cinza é um livro que, na aparência, nos segura pela trama sexual muito intensa. Mas, para mim, trouxe outras reflexões sobre as inseguranças afetivas na vida adulta em função da primeira infância.”

MARCELLE BITTAR, 30 anos
Modelo, São Paulo
“Christian Grey é um príncipe encantado das trevas, que inspira tanto o lado romântico de cada uma de nós como as fantasias mais picantes que cultivamos. Já vi gente dizendo que o livro é um horror, mas tudo depende da interpretação. Sou muito livre de preconceitos.”

nagem. Eles estabelecem uma relação submissa-dominador por meio de um contrato detalhado. O tal contrato lista tudo o que a gente pede para as mulheres fazerem e elas recusam, indignadas. Parece que esse cara é meio bôia.

Ufa! Finalmente no capítulo 8 começa o vucco-vucco e a moça (ex-moça) perde a virgindade na página 107. Mas o Grey faz questão de usar camisinha (ficaria melhor traduzido por condom). Tudo é muito politicamente correto. A submissa e o dominador estabelecem então uma relação sado-masoquista. Bidu! É impressionante como ele gosta de espancar o demêre da moça. Qualquer psicanalista de porta de inconsciente interpretaria isso de primeira. O mais engraçado é que eles se comunicam por e-mail. Não devem ser muito familiarizados com as alternativas da internet. O estranho é que o Mr. Grey usa o seu endereço corporativo nas missivas, que vacilo. Sinceramente (e vejam como sou intelectual), gostei mais de O Amante de Lady Chatterley, do D.H. Lawrence.

Vá entender as mulheres! Queria ver se o Mr. Christian se chamasse Agenor e fosse caixa de banco. Duvido que a Anastasia (nada a ver com o governador de Minas) iria dar todo esse mole pra ela.

O ESTILO DE VIDA DE CHRISTIAN GREY

Suite Literary Arts, do Hotel Heathman, em Portland, 1 700 reais a diária



Pouilly-Fumé, um dos grandes brancos do Vale do Loire

Helicóptero EC 135 Eurocopter com capacidade para sete pessoas



Audi cupê R8 Spyder, de 900 000 reais



LÍLIAN CAVALHERI, 33 anos
Administradora de empresa, Altópolis (SP)
"Meu mando até ficou com ciúme do Christian Grey, de tanto que eu falei que ele era o máximo. De vez em quando, pergunta: 'Vamos brincar de Christian Grey?'. Mas não tenho vontade de conhecer uma relação sado-masoquista."



DANIELLE UCHÔA LIMA, 40 anos
Assessora ambiental, Belém
"Li a série em duas semanas: duas vezes o primeiro livro, três vezes o segundo e duas vezes o terceiro, a ponto de o cansaço da noite em claro ter prejudicado o trabalho."



DANIELLE STOEVER, 25 anos
Publicitária, Porto Alegre
"Achei o livro legal por tratar de sexo sob a ótica da mulher e ser bem diferente de tudo o que conhecia. Indiquei para a minha mãe, para uma tia e para as amigas."

TONY RUIZ/REPORTAGE

Especial

soquistas. Será que elas falaram a verdade? Um homem que entende de narrativas de sucesso regadas a sexo e amor, o autor de novelas da Rede Globo Ricardo Linhares, suspeita que sim: "O sadomasoquismo é só uma roupagem moderna para o bom e velho folhetim".

Desde o Relatório Kinsey, o mais completo inventário sobre sexualidade humana jamais elaborado, conduzido pelo biólogo americano Alfred Kinsey e publicado em 1948, uma infinidade de estudos tentou traduzir em porcentagens os desejos e aspirações sexuais de homens e mulheres. Nos Estados Unidos, um dos maiores levantamentos do gênero já realizados desde Kinsey, a Pesquisa Nacional de Saúde Sexual e Comportamento, revelou mudanças significativas na atual vida sexual das americanas. Elas estão bem mais ousadas do que há duas décadas — e buscando mais prazer. Pouco mencionado nas pesquisas anteriores, o sexo oral é hoje praticado por 69% das americanas. A masturbação também deixou de ser tabu. Mais da metade das entrevistadas afirmou masturbar-se com frequência, tendo ou não um parceiro. No Brasil, as preocupações femininas ainda são outras. Pesquisadores do Projeto Sexualidade do Hospital das Clínicas encontraram algumas pistas do

que querem as brasileiras depois de escutar 8.200 pessoas de 18 a 80 anos em dez capitais do país. Das mulheres que participaram do estudo, 57% disseram que não fariam sexo sem um vínculo afetivo, enquanto somente 24% dos homens atrelaram o sexo ao amor. São eles, no entanto, que reconhecem ter mais fantasias eróticas: 68,6%, contra 45,5% por parte das mulheres. Entre as mais jovens, 49% admitiram já ter traído, o dobro em relação às mulheres da geração anterior. Entre os homens, o índice de infidelidade declarado chega a 70%.

Nas ciências estatísticas, há poucos assuntos tão difíceis de medir quanto o comportamento sexual. Geralmente, há um fosso enorme entre o que se diz e o que se faz. Os homens tendem a superestimar suas performances sexuais. As mulheres agem de forma oposta. Na tentativa de corrigir essa distorção, alguns pesquisadores decidiram ir além do simples questionário e passaram a usar aparatos tecnológicos em seus estudos. Uma pesquisa da universidade canadense McGill, feita em 2006, utilizou sensores para medir a temperatura corporal de homens e mulheres enquanto eles eram expostos a imagens pornográficas. A conclusão contrariou o senso comum de que os homens são mais

Uma pequena história da liberação sexual

As conquistas das mulheres nas últimas cinco décadas, da pílula à internet

1960 PÍLULA ANTICONCEPCIONAL

A chegada do contraceptivo feminino pôs fim a 5.000 anos de patriarcado. Até então eram os homens que decidiam quantos filhos a mulher teria. Com a pílula, ela passou a ter controle sobre o próprio corpo, o sexo se dissociou da procriação e alçou-se ao prazer. À mulher foi dado o direito ao orgasmo e a queimar seus sutiãs



1970 MODA

Cabelos curtos, minissaias e biquínis. A roupa refletia a quebra de um padrão de comportamento. As mulheres foram perfuradas pelos espartilhos no século XIX e até os anos 70 continuavam usando roupas que as prendiam e enrijeciam. O laquê nos cabelos também era símbolo disso



MARINA FARAH, 31 anos

Dona de restaurante, Belo Horizonte

"É o livro mais erótico que já li. As mulheres estão tão enfeitadas com a história e idealizam tanto o Christian Grey que a série se transformou em leitura essencial para o público masculino também."

WANDERLÊA, 66 anos
Cantora, São Paulo

"Achei careta. Lembro de livros na minha adolescência bem mais excitantes e originais — O Cortiço, de Aluísio Azevedo, as obras de Jorge Amado. Também discordo do rótulo 'pornô para mães'. As mães brasileiras da minha geração não são assim. Sua sensualidade é mais exuberante e colorida."



ROSE DE FREITAS, 33 anos
Vice-presidente da Câmara dos Deputados, Brasília

"Gosto de livro que impacta. Esse traz a audácia da conversa e do conteúdo para um tema que abre a cabeça das mulheres. É um assunto ácido, difícil, mas em nós, leitoras, desperta imensa curiosidade."

1977 DIVÓRCIO

No Brasil, a aprovação legal do fim do casamento foi a institucionalização de uma ruptura iniciada na década anterior. As pessoas puderam deixar relações malfadadas e buscar realização afetiva e prazer sexual.

1995 RELACIONAMENTOS NA INTERNET

Com a web, a timidez foi deixada de lado. Por trás da tela do computador as mulheres começaram a viver fantasias reprimidas, ainda que por meio de personagens criadas na rede. Houve um aumento do leque de opções: há mais parceiros na rede que na vida real.



1998 VIAGRA

Enquanto os homens viram na pílula azul o fim da impotência, as mulheres buscaram tratamentos estéticos e reposição hormonal. Ao mesmo tempo, houve uma mudança de mentalidade. Uma mulher de 60 anos deixou de ser a avó para assumir que ainda era sexualmente ativa.

sensíveis ao que lhes capta o olhar do que as mulheres. Elas se excitam tão rapidamente quanto eles ao vislumbrar imagens de sexo.

A psicóloga americana Marta Meana, da Universidade de Nevada, nos Estados Unidos, também usou recursos tecnológicos em suas investigações. Em um de seus estudos, homens e mulheres puseram óculos capazes de acompanhar o movimento dos olhos durante a exibição de imagens sensuais de diversos casais. Os homens olhavam primeiramente para as mulheres da imagem, para o rosto e o corpo delas, e só então prestavam atenção nos rapazes. As mulheres dividiam a atenção entre os dois. Os olhos femininos fixavam, em seguida, o rosto masculino e o corpo da mulher, admirando o fascínio do homem pela companheira. Explica a psicóloga: "A pesquisa provou que o desejo da mulher não está só atrelado à intimidade com o parceiro, mas também à necessidade de se sentir desejada. É uma espécie de narcisismo, mas que vai além

da reciprocidade do parceiro. As fantasias eróticas femininas estão muito mais ligadas à vontade de ser fonte de prazer do que de receber".

A tese de Marta Meana justifica, pelo menos em parte, por que a submissão da jovem Anastasia por Grey coincide com os desejos de dezenas de milhões de mulheres e voltamos todos, debruçados em *Cinquenta Tons*, a falar daquilo sem vergonha alguma (veja a reportagem seguinte). "Para desgosto das feministas radicais, e surpresa geral, o sucesso do livro mostrou que, a despeito de toda a independência financeira e sexual conquistada nas últimas cinco décadas, as mulheres ainda idealizam a figura masculina", diz o filósofo Luiz Felipe Pondé. "Grey representa a potência, o homem provedor. Ele é o sonho de todas as mulheres ditas emancipadas." Essa necessidade de um homem forte para chamar de seu, que a psicologia acredita ter origem nos tempos das cavernas, quando as caças do macho garantiam a sobrevivência da mulher e da prole, parece mesmo estar arraigada à psique feminina.

Em 1976, o Relatório Hite, elaborado pela socióloga e ex-modelo Shere Hite, que os adolescentes levavam para o banheiro como leitura estimulante,



FLÁVIA BARTHOLO, 33 anos

Deletista, São Paulo

"Cinquenta Tons de Cinza mostra como é a mulher quando ela se apaixona, o que se passa em sua cabeça, o que ela é capaz de fazer por uma paixão. É cativante."



FLORENÇA CASTRO, 38 anos

Estudante de jornalismo, Porto Alegre

"Não gosto de ficção, mas fiquei encantada com o tom enigmático do romance. Todo mundo estava falando do livro e usando expressões como 'isso é muito cinquenta tons de cinza'. Foi ver do que se tratava e gostei."



KÁTIA DE FIORI, 43 anos

Gerente de produtos, São Paulo

"Comprei porque todas as minhas amigas estavam comentando no Facebook. Li em quatro dias e achei muito excitante. Até agora não mudou em nada minha vida sexual, mas com certeza a leitura me estimulou a pensar em novidades."

Especial

DIFÍCIL LARGAR

Letoras se atrainam ao romance em uma livraria às 18 horas de uma terça-feira, em São Paulo

condenou a falta de habilidade masculina para satisfazer as mulheres e fez uma apologia do prazer solitário feminino — se do lado de fora a sociedade não autorizava liberdades sexuais, que a questão fosse resolvida individualmente. “A masturbação e suas variações são um ótimo instrumento para dar às mulheres a sensação de independência diante dos homens”, anotou Shere. Era o que as mulheres praticavam, mas não era o que queriam, aparentemente. Apesar de alcançarem orgasmos sozinhas, 87% das mulheres entrevistadas por Shere disseram preferir ter uma relação sexual completa. O sexo solitário, afirmaram, não as conduzia ao mesmo estágio de prazer. Não seria exagero dizer que *Cinquenta Tons de Cinza* é um Relatório Hite desavergonhado, romanceado, capaz de pôr em floção o que as mulheres fazem ou dizem gostar (ou senem falta, vá lá) no cotidiano real. O que elas querem, para



ram assimiladas. A revolução sexual ainda está no início e há muito caminho pela frente”, diz a psiquiatra Carmita Abdo, que há quarenta anos acompanha a evolução do comportamento sexual da brasileira. Para muitos especialistas do comportamento feminino, o sucesso de *Cinquenta Tons de Cinza* sinaliza um retrocesso das mulheres, que deveriam almejar mais

voltar ao ponto da indagação seminal de Freud, está lá, com admirável crepeza.

A transformação monumental do papel da mulher na sociedade ocidental a partir de meados do século passado implicou profundas reviravoltas comportamentais. Uma mulher decente, nos anos 50, só fazia sexo com o marido. De preferência à meia-luz, mas com camisola. Nudez total? Só no escuro. As moças de família eram criadas para se casar e ter filhos. A vida adulta das mulheres começava e terminava no ambiente doméstico. Com a chegada da pílula anticoncepcional, na década de 60, a mulher assumiu o controle de seu corpo e de sua vida efetiva. “Muita coisa mudou desde então, mas nem todas as mudanças fo-

ram assimiladas. A revolução sexual ainda está no início e há muito caminho pela frente”, diz a psiquiatra Carmita Abdo, que há quarenta anos acompanha a evolução do comportamento sexual da brasileira. Para muitos especialistas do comportamento feminino, o sucesso de *Cinquenta Tons de Cinza* sinaliza um retrocesso das mulheres, que deveriam almejar mais independência, não a dominação masculina, seja no sexo, seja em outros aspectos da vida. Outros percebem o fenômeno de forma contrária, e aí talvez resida o espetacular interesse por algo tão antigo: o livro representa a evolução do feminismo, o que quer que essa definição abarque, capaz de tirá-lo da academia e de posturas atavicamente aborrecidas. Diz a psicanalista Regina Navarro Lins: “Hoje, as mulheres podem dizer, sem culpa, que gostam de ser subjugadas na cama. Há mais liberdade e independência do que isso?”. O desfecho, só nos próximos capítulos.

COM REPORTAGEM DE ANDRÉ ELER, KALLEO KOURA, LARYSSA BORGES, MARCELO SPERANDIO E NATHÁLIA BUTTI

GISELE RAMON, 29 anos

Bancária, São Paulo

“No início, fiquei chocada com o sadomasoquismo, mas depois me apaixonei pela história de Christian Grey. Ele tem uma mente perturbada, mas é misterioso e pede para ser desvendado. Eu quero entendê-lo.”



SIMONE DEMOLINARI, 33 anos

Administradora, Belo Horizonte

“Christian Grey seduz com maestria. É tudo o que a mulherada quer. Mas para ter um homem assim deve-se pagar um preço alto, que é o sadomasoquismo. Nesse caso, prefiro descartar o sedutor.”



NICE VIEIRA, 43 anos

Diretora comercial, São Paulo

“Li o primeiro volume em dois dias. Agrada tanto porque é uma mistura de romance com sexo. Mas as mulheres ainda têm receio de assumir que são atraídas por esse tipo de literatura. Eu mesma não me sentiria bem lendo em público.”

ENTREVISTA

“QUEREMOS SER AMADAS”



E.L. JAMES Mãe de dois adolescentes e ex-gerente de produção de TV

Mãe de dois adolescentes, com idade “em torno dos 40”, a ex-gerente de produção de TV inglesa Erika Leonard James (pseudônimo de E.L. James) conquistou uma legião de fãs com sua trilogia erótica. O que agradou a mulheres do mundo inteiro, disse a autora a VEJA, não foi o sexo, mas o enredo de conto de fadas.

Por que seus livros fizeram tanto sucesso entre as mulheres? O livro é uma história de cura pelo amor, contém os mesmos elementos míticos que eternizam o conto de fadas *A Bela e a Fera* (escrito pela francesa Gabrielle-Suzanne Barbot de Villeneuve, em 1740). Isso sem falar dos meus esforços para manter a narrativa cativante, rápida, prendendo a imaginação do público. As cenas eróticas contribuíram, mas o romance, a história de amor, é a razão do sucesso da trilogia.

A senhora acredita ter chegado perto da resposta para a célebre pergunta de Sigmund Freud: o que querem as

mulheres? Honestamente, não. Mas fiquei feliz de saber que muitas mulheres têm a mesma fantasia que eu. De qualquer forma, acho que as mulheres estão sempre redefinindo a si mesmas sobre o que querem da vida e dos relacionamentos. Antes de tudo, querem ser amadas e respeitadas. Minha trilogia é sobre franqueza, honestidade e negociação justa. Todas nós buscamos isso nas nossas relações.

Admirar um macho alfa e dominador como Christian Grey é uma espécie de válvula de escape para as mulheres modernas, que hoje se desdobram para conciliar família, vida sexual e trabalho? Discordo dos que dizem que o livre-arbítrio conquistado a dures penas pelas mulheres seja um fardo. Também não acho que o livre-arbítrio nos tira o direito de relaxar e de gostar de submissão, pelo contrário.

Os seus livros impactaram a vida sexual das mulheres, na prática? Tenho recebido centenas de e-mails das leitoras. A maioria parece estar gostando mais de sexo e aproveitando melhor os momentos a dois. Elas dizem que o marido ou namorado está muito contente com essa mudança. Elas se apaixonaram por Christian Grey e querem desfrutar alguns de seus, digamos, dons com o parceiro.



EVILIN BRAGA, 19 anos
Estudante de gestão,
Porto Alegre

“Li por causa de uma prima que mora no Canadá e me indicou. Ansiosa, nem esperei pelas traduções em português. Homem gosta de filme pornô, mulher prefere esse tipo de leitura.”



LAÍS GALVÃO, 19 anos
Estudante de gastronomia,
São Paulo

“O que mais gostei no livro é o fato de ele ser um romance com descrições realistas das cenas de sexo. Por mais que converse com as amigas, a gente nunca imagina que poderia encontrar algo tão explícito para ler.”

FLÁVIA STEINBRUCH, 28 anos
Arquiteta, São Paulo

“No início me senti desconfortável, mas depois me acostumei com o sadomasoquismo que permeia toda a história. O sucesso do livro prova que as mulheres ainda sonham em ser Cinderela, mesmo que o seu grande amor use um chicote na cama.”



VOLTANDO A FALAR DAQUILO

Cinquenta Tons põe o sexo de volta na mesa de conversa. E um tipo de fantasia que deixa muitas mulheres agitadas, em mais de um sentido

DOLORES GROSCH

Com uma coisa todo mundo concorda: por causa da série iniciada com o livro *Cinquenta Tons de Cinza*, voltou-se a falar, socialmente, sobre sexo. E não sobre o básico, sobrejamente conhecido, mas sobre as modalidades que entram na esfera dos jogos de domínio e submissão. Fantasias comuns a homens e mulheres, em variadíssimas doses. Para tentar simplificar um assunto complicado, é possível arriscar que seu espaço no mundo da sexualidade vai de 5% (abaixo disso, até o conceito de "pegada" fica difícil de explicar) a 95% (acima, a sobrevivência é inviabilizada). Os pedaços mais movimentados do livro da simpática Erika Leonard James atingem um índice aproximado de 45%. O suficiente para provocar um bocado de leitoras.

Praticamente metade das comédias voltadas para o público adolescente masculino tem uma cena manjada: o personagem principal em algum momento é algemado a uma cama por uma garota bonita e fica esperando pelo paraíso. Na sequência, é largado, abandonado, enganado, tripudiado e, por fim, humilhantemente libertado por um segurança de hotel ou equivalente, sob gargalhadas

INSTITUTO



do público. Fazer piadas com o tema da submissão sexual, além de ser um modo de liberar tensões, fica muito mais fácil quando essa prática ocorre com homens, em especial atores com cara de boboca. Quando envolve mulheres, o assunto ativa vários alarmes. Primeiro, no nível mais básico, porque pode parecer que as fantasias femininas de submissão avalizam de alguma maneira a abominação da violência sexual. No segundo nível, justificariam o comportamento de brutos emocionais que não entendem nem se encantam com as modulações da sexualidade feminina. Para ambos os casos, a antropóloga Mirian Goldenberg tem uma resposta definitiva: "A mesma mulher que gosta de bancar a dominadora com um cara pode exercer o papel de submissa com outro. A excitação feminina não é estática. Na cama, ao contrário do que acontece fora dela, as fantasias de mandão, dominadora ou submissa geram prazer e não atrito social".

Existem ainda os alarmes de terceiro grau, os das mulheres que não querem nem pensar nisso. Ou achavam que não queriam, até descobrirem um certo Christian Grey, o personagem que alterna muito romance água com açúcar com bastante sexo apimentado, uma combinação em geral irresistível para psiques femininas. "O desejo de ser dominada sexualmente por um homem bonito, que a respeita e corteja, é a mais comum das fantasias", diz a psicóloga americana Randi Gunther, especialista em terapia para casais. "Nunca conheci uma mulher que quisesse ser dominada por um homem que não gostasse dela. Nesse jogo de submissão, a mulher quer ter a sensação de que aquele homem só atingirá tal nível de prazer com ela. Como os homens, elas gostam de sentir esse poder."

Desse ponto de vista, é possível dizer que uma mulher é mais poderosa do que nunca quando está na situação de submissão. A ideia de exercer um poder sexual avassalador e incontrolável sobre o parceiro é um dos grandes combustíveis do desejo sexual feminino. "A mulher sente mais prazer em ser desejada", constata o psiquiatra Luiz Sperry Cezar, especialista em sexualidade do Hospital das Clínicas em São

Paulo. "A submissão sexual é o ponto mais extremo dessa fantasia de se sentir desejada." A dominação do parceiro, fantasiada ou encenada, também pode ser uma forma de entregar o controle da sexualidade a "forças superiores" e, portanto, irresistíveis. Aliás, deliciosamente irresistíveis e assumidas com crescente tranquilidade. "No passado, havia mulheres que diziam 'Do jeito que ele me seduziu, não pude resistir', quase pedindo desculpas. Hoje, elas ainda usam essa frase, mas como forma de enaltecer a 'pegada' de um homem", compara o professor Amaury Mendes Júnior, do Ambulatório de Sexologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Note-se que, até agora, ninguém falou (nem vai falar) naquela frase pavorosa de Nelson Rodrigues. Mas é preciso dar nome, por assim dizer, aos bois. Dominação e submissão, as designações mais palatáveis para sadomasoquismo, são práticas que envolvem não cenas imaginárias ou algemazinhas empilhadas de sex shop, mas sim ter e provocar prazer com a dor, por sinal explicitamente descritas e discutidas em *Cinquenta Tons*, em meio aos lábios mordidos e faces ruborizadas, entre outros clichês da heroína romântica, Anastasia Steele. O terreno aí fica mais pantanoso. "As sensações físicas de dor e prazer são muito próximas. A dor acelera a respiração, aumenta os batimentos cardíacos e a pressão arterial", explica o historiador americano Andrew Trees, autor do livro *Decodificando o Amor — A Arte do Encontro*, sobre a associação de prazer com sofrimento. Outros especialistas localizam a origem desse tipo de comportamento em sensações mais antigas, da criança que, ainda sem os alicerces das construções sociais, desperta sensorialmente para o mundo.

Um dos maiores lugares-comuns sobre comportamento sexual é dizer que, entre quatro paredes e adultos consentidores, tudo é válido. Em sua infinita complexidade, a sexualidade humana acomoda até lugares-comuns. Ou homens dominadores que são capazes de ir a um restaurante e pedir uma única taça de vinho. Para algumas mulheres, um sujeito assim é uma forma de tortura. Para outras, é o deus Christian Grey. ■

O CHRISTIAN GREY DE CARNE E OSSO

Psicóloga britânica usou descrições de leitoras e programa de retrato falado para criar a face do sedutor da trilogia. Será que isso diminui o fascínio das fãs pelo personagem que só existe, lindo e irresistível, na imaginação feminina?

NATÁLIA LUZ

Dar rosto a um personagem literário famoso, que só existe na mágica da imaginação de leitores apaixonados, é arriscado. Às vezes dá certo, na maioria dos casos não. Em 1962, James Bond saiu das páginas do escritor inglês Ian Fleming e chegou ao cinema na pele do escocês Sean Connery, até hoje reverenciado pela elegante arte de misturar o ar canastrão com o charme imbatível. Mas o galês Timothy Dalton, no fim dos anos 80, com uma interpretação sombria e amargurada, oposta ao tom leve que consagrou a franquia, foi um Bond que não funcionou. É esse tipo de estrago que os produtores do filme inspirado em *Cinquenta Tons de Cinza* querem evitar. Os direitos da trilogia foram vendidos ao estúdio Universal por 5 milhões de dólares. Não há data para o lançamento. Quem fará Christian Grey, o bilionário dominador de Anastasia Steele? O desafio: como escolher o ator para interpretar um homem que tem um jeito próprio na cabeça de cada leitora?

A professora de psicologia Faye Skelton, da Universidade de Lancashire Central, na Inglaterra, se arriscou a dar uma resposta. Ela usou um programa especializado em retratos falados para dar uma cara ao homem fantasiado pe-

las leitoras. O Grey digital foi montado a partir de descrições enviadas pelas ouvintes a uma rádio em Buckinghamshire, cidade de 700.000 habitantes no sul da Inglaterra. "Algumas enviaram apenas descrições físicas, sem referência específica, e outras mandaram fotos de atores ou ainda descreveram caracte-



ANASTASIA STEELE Alexis Bledel (à esq.) e Emma Watson são as mais cotadas para viver a heroína no cinema

Um rosto familiar

Os detalhes anatômicos dos homens que, a partir de depoimentos de leitoras, inspiraram o retrato falado do personagem de *Cinquenta Tons de Cinza*

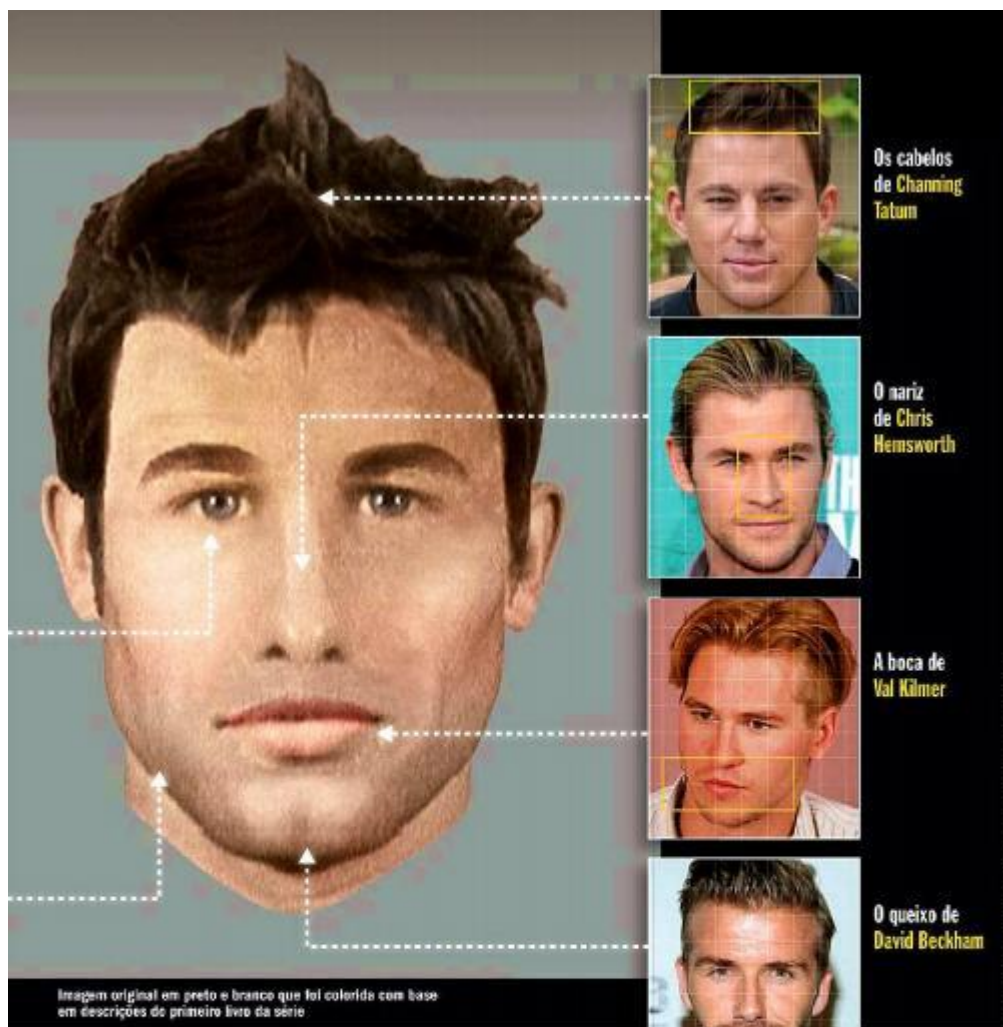
Os olhos de Patrick Dempsey



O formato do rosto de Brad Pitt



rísticas de homens conhecidos", disse Faye a VÊJA. "Como o software é completo, pude escolher cada característica no mínimo detalhe." O resultado é uma face que parece familiar (veja o quadro acima), tem o queixo de David Beckham e o formato do rosto de Brad Pitt, mas namora o esquisito — ficou parecido com o lutador de MMA americano Chael Sonnen, aquele que costuma ser espancado por Anderson Silva. Da soma de várias belezas não brotou um deus. Nas redes sociais deu-se a chibadeira, na expectativa de alguém mais



novo e mais sexy. Uma leitora foi direto ao ponto: "Por que estão tentando arruinar minha fantasia? Conheço Christian Grey, e este não é ele".

Não há solução para a esperada discrepância entre o Christian Grey que já existe na cabeça de milhões de mulheres e aquele que ainda nascerá. O melhor caminho talvez seja desapegar-se dos detalhes físicos para se concentrar em contar uma boa história. Quem dá a receita é o diretor de cinema e cronista Arnaldo Jabor, que teve a tarefa de adaptar duas obras de Nelson Rodri-

gues: *Toda Nudez Será Castigada* e *O Casamento*. "Livro é uma coisa e cinema é outra. Não é necessário que seja igual ao que está escrito, apenas o espírito da história é que precisa ser parecido", diz Jabor. Bem-humorado, ele resume o que tende a acontecer, alheio à fúria das adoradoras de Grey: "O filme tem grandes chances de ser ruim porque o livro é ruim".

Para alívio dos produtores do filme, deverá ser um pouco mais simples escolher a atriz que interpretará Anastasia Steele (Emma Watson e Alexis Bledel

estão bem cotadas para o papel).

De modo a facilitar a identificação das mulheres, de qualquer mulher, com a protagonista da história, a escritora Erika Leonard James reservou poucas linhas para descrevê-la. Sabe-se que é uma garota meio atrapalhada, de pele pálida, cabelos escuros rebeldes e que se veste como adolescente. De Grey, conhece-se quase tudo, e quem leu *Cinquenta Tons* parece conviver com ele desde a infância, agora com um rosto possível.

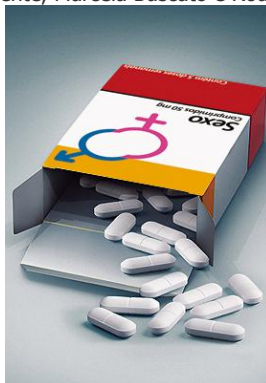
ANEXO V

30/04/2010 21:24

O Ministério da Saúde recomenda: Faça sexo³⁵

Mas isso realmente adianta? O que dizem os médicos e o que informam as pesquisas mais recentes sobre os verdadeiros efeitos de uma vida sexual ativa em sua saúde

Cristiane Segatto, Fernanda Colavitti, Isabel Clemente, Marcela Buscato e Rodrigo Turrer



O cenário estava montado para mais uma modorrenta cerimônia oficial de Brasília: o lançamento da campanha nacional de combate à hipertensão, realizado na segunda-feira. Mas o ministro da Saúde, José Gomes Temporão, encontrou uma forma de apimentar o evento. Sentado ao lado do deputado federal (e médico) Darcísio Perondi (PMDB/RS), Temporão enumerou hábitos que ajudam a prevenir a doença crônica que é um dos maiores desafios da saúde pública brasileira e mundial. "Dançar faz bem para reduzir a hipertensão. E fazer sexo também. O Perondi estava brincando aqui que eu ia propor – além de cinco porções diárias de frutas, legumes e verduras – transar cinco vezes por dia." Rindo, meio titubeante, Temporão emendou: "Não, isso não me parece razoável. Por semana, seria melhor". E prosseguiu: "Fazer sexo ajuda. Dancem, façam sexo, mantenham o peso, mudem o padrão alimentar. Atividade física regular é fundamental. E, principalmente, meçam sua pressão arterial com regularidade". Estava criado o fato da semana.

Ao falar de sexo dessa forma, Temporão conquistou uma proeza midiática. O tema árido de saúde pública, que normalmente chama pouca atenção, espalhou-se rapidamente pela internet, ganhou vários minutos de exposição na TV e nos jornais. Virou conversa de bar e de consultório. Cardiologistas relatam ter ouvido de vários pacientes a pergunta: "Sexo é bom mesmo para o coração, doutor?". Por coincidência, o conselho de Temporão veio na mesma semana em que o Superior Tribunal de Justiça derrubou a patente do Viagra, o que deve baratear um dos remédios responsáveis pela extensão da vida sexual dos idosos.

Parece animador que uma atividade prazerosa – a mais prazerosa oferecida pelo corpo humano – seja fonte de saúde. Normalmente, cuidar da pressão, assim como de outros aspectos de longo prazo da saúde, é sinônimo de privar-se de prazeres, não cultivá-los. O ministro inovou. Mas não inventou a roda: a Organização Mundial da Saúde diz desde 2000 que sexo de qualidade é um dos quatro pilares de uma vida saudável. "Foi uma jogada de marketing genial", diz Carlos Alberto Machado, diretor do Departamento de Hipertensão da Sociedade Brasileira de Cardiologia. "Se ele não tivesse falado sobre sexo, o tema da hipertensão não teria merecido nem notinha nos jornais."

Não há dúvida de que o ministro foi bem-sucedido do ponto de vista da comunicação. Mas será eficiente? As pessoas vão atender a sua, digamos, convocação? E mais importante: praticar sexo pode ajudar a controlar a hipertensão, causa de fundo das duas doenças que mais matam no Brasil (infarto e derrame)? Em princípio, a resposta é sim. Pesquisas científicas, embora incompletas, e observações de médicos sugerem que o sexo afeta de forma positiva uma enorme variedade de funções orgânicas. É sabido que a atividade sexual provoca uma cascata hormonal que repercute em várias áreas do corpo (*leia a ilustração na próxima página*). Por isso, estaria relacionada a benefícios tão distintos quanto a melhoria da pele, o combate ao estresse e a redução da sensibilidade à dor. Há estudos que relacionam a maior frequência sexual à redução de infartos, à diminuição de derrames e à menor incidência de câncer de próstata. Estimulado pelo sexo, diz uma pesquisa, o sistema imune funciona melhor e protege de forma mais eficiente contra resfriados. Há indícios de que mesmo a cicatrização é mais rápida para quem pratica sexo regularmente e que as pessoas tendem a viver mais se tiverem uma vida sexual ativa. Já se identificaram vínculos até mesmo entre o contato com o sêmen e a diminuição dos casos de depressão entre as mulheres. Como o sexo ainda é um aspecto da vida humana cercado de preconceitos e tabus, essas descobertas são muitas vezes encaradas como piada – ainda que confirmem percepções oferecidas pela vida privada e pela tradição.

³⁵ Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,ERT137360-15228-137360-3934,00.html>>. Acesso: 28/06/2013.



O MELHOR REMÉDIO

Gino e a mulher, Celina, fotografados em casa, em São Paulo. Sexo três vezes por semana contra a hipertensão dele

Um exemplo é o próprio ministro. Na atmosfera bem-humorada que se criou com sua declaração, era natural a curiosidade: casado há mais de 35 anos com a psiquiatra Liliane Penello, ele pratica aquilo que pregou aos demais brasileiros? "Somos um casal muito feliz", diz Liliane. Os dois se conheceram na faculdade, têm quatro rapazes e passaram a última semana ouvindo provocações dos amigos. Todos queriam saber como andava a pressão arterial do casal. A mulher do ministro diz que ele ri das piadas. "Ao tratar com a saúde pública, ele não pode ignorar a atividade sexual. Saúde é vida, prazer, bem-estar. É muito mais do que não ter doença", disse Liliane a ÉPOCA. A meta de fazer sexo cinco vezes por semana não é alta demais? Como o marido, Liliane ri. "Ele é assim... animado com a vida", diz.

Ninguém duvida que o sexo esteja intimamente relacionado à saúde e ao bem-estar. E há casos famosos de quem o usa como tratamento. O presidente americano John Kennedy, assassinado em 1963, dizia ser obrigado a fazer sexo todos os dias, senão ficava com dores de cabeça terríveis (a declaração teria sido feita ao primeiro-ministro britânico Harold Macmillan nos anos 60). Era uma desculpa útil para um homem obcecado pelas mulheres, mas faz sentido clínico. O ato sexual libera um hormônio chamado oxitocina, que atua nas fibras nervosas e já foi relacionado, por um estudo de 1999, à redução da dor.

Outro famoso sedutor, o jogador de futebol Romário, dizia que, se não "saísse à noite", não faria gols. O sexo, afirmava, o deixava "levinho". As pesquisas lhe dão razão. O fisiologista Turíbio Leite Barros Neto, professor da Universidade Federal de São Paulo, diz que o sexo tem um efeito psicológico tão positivo (por meio da liberação de endorfina, o hormônio do bem-estar) que se sobrepõe ao desgaste físico que possa provocar nos atletas. Apenas em esportes como boxe o sexo pode prejudicar o desempenho. "A endorfina tranquiliza e pode inibir a agressividade, que é muito necessária nas lutas", diz ele. Os antigos já suspeitavam disso. Em várias culturas, os guerreiros se abstinham antes das batalhas para enfrentar o inimigo com mais raiva.

Se os indícios são tão favoráveis, por que afirmações como a do ministro não são ouvidas há mais tempo? A razão é que até hoje os pesquisadores não foram capazes de demonstrar cabalmente os benefícios do sexo para a saúde. Por algumas razões. A primeira: não é fácil isolar o sexo de outros fatores, como a estabilidade da relação, o amor, o afeto. A segunda, e mais delicada: mesmo quando se estabelece claramente que pessoas que praticam mais sexo têm menos problemas, não é possível inferir que o sexo seja a causa. Ele pode ser a consequência (pessoas com menos problemas de saúde é que fazem mais sexo, e não pessoas que fazem mais sexo têm saúde melhor). Um caso típico é o estudo apresentado em 2000 pela Universidade de Bristol, no Reino Unido, com 2.400 homens do País de Gales. Sua conclusão é que três ou quatro orgasmos por semana cortam à metade o risco de infarto ou derrame. O problema são as insuficiências metodológicas. Segundo especialistas, o número de pesquisados é pequeno demais para ter certeza dos resultados, o tempo de acompanhamento (dez anos) é insuficiente e, fundamentalmente, o estudo não responde se os homens são mais saudáveis porque fazem sexo ou se fazem mais sexo porque são mais saudáveis. O mesmo pesquisador "descobriu", em 2003, que os homens que não se barbeiam diariamente têm 70% mais possibilidade de sofrer um ataque cardíaco. Ainda assim, a desconfiança deve ser contida. Mesmo que não seja causa da longevidade (o que muita gente debate), a simples correlação entre sexo e saúde é crucial. Significa que ele serve como sintoma de que há algo errado. E isso não é pouca coisa. Se você não quer – ou não consegue – fazer sexo, pode ser um sinal para procurar o médico.

Quem faz mais?

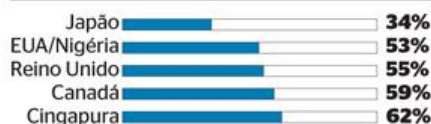
Ou estamos entre os povos que mais transam ou mentimos bastante

PESSOAS QUE DIZEM FAZER SEXO SEMANALMENTE

Os mais animados - em %



Os menos animados - em %



PESSOAS QUE SE DISSERAM SATISFEITAS SEXUALMENTE⁽¹⁾

Os mais felizes - em %



Os mais infelizes - em %



(1) O Brasil é o sétimo menos satisfeito, com 42% de respostas positivas

Fonte: Pesquisa sobre satisfação sexual Global - Durex



ADEUS, RESFRIADO

Jayme na sala de casa, em Curitiba. Ele diz que desde que passou a viver com o parceiro os resfriados acabaram. "Não é só sexo. É relacionamento"

E há os estudos que mostram, sim, efeitos benéficos para o organismo. Depois de estudar 24 mulheres e 22 homens que mantinham diários de suas atividades sexuais, um grupo de pesquisadores escoceses descobriu que aqueles que faziam mais sexo mostravam menor variação da pressão arterial em situações de estresse. O tamanho reduzido do grupo, porém, não valida o resultado. Em 2003, um grupo de pesquisadores australianos afirmou, depois de um estudo com cerca de 2.400 homens, que a masturbação regular – mais de cinco vezes por semana – por volta dos 20 anos diminui em até três vezes a chance de contrair câncer de próstata depois dos 50 anos. (O resultado é duvidoso, por se amparar em declarações sobre hábitos sexuais praticados 30 anos antes ou mais.) Outra área em que há indícios positivos da influência do sexo é o sistema imune. Em 1999, uma pesquisa com 111 universitários americanos mostrou que os que faziam sexo uma ou duas vezes por semana apresentavam níveis 30% maiores de imunoglobulina A, um anticorpo que protege contra gripes e resfriados. A julgar por essa pesquisa, porém, seria melhor cortar à metade a recomendação de Temporão: os que faziam sexo mais de três vezes por semana tinham níveis de anticorpos menores do que os que não praticavam sexo. Os pesquisadores não conseguiram explicar.

Tampouco existe consenso sobre algo que parece óbvio: a queima de calorias no intercurso sexual, fundamental para entender os efeitos do sexo sobre o sistema cardiovascular. Há estudos americanos que mostram que se gastam 85 calorias em cada transa, suficiente para "queimar" um Big Mac em 42 sessões de amor. Outras fontes estimam que o mesmo "exercício" é capaz de gastar 200 calorias, o que o faria equivalente a uma corrida de 30 minutos. O cardiologista Nabil Ghorayeb, chefe do Departamento de Cardiologia do Esporte do Hospital Dante Pazzanese, em São Paulo, estima em 100 calorias o gasto típico de uma relação sexual, equivalente a um coito de dez minutos. Para alcançar algum benefício cardiovascular apenas com sexo, diz ele, seria necessário transar 20 vezes por semana. Com números tão conflitantes, fica evidente que a energia gasta no sexo depende de quem o faz, como faz e com quem faz – e também do médico que está contando as calorias. Apesar disso, a mensagem é clara. "Sexo alivia o estresse e reduz a pressão arterial, por isso faz bem ao coração", diz Ghorayeb. "Mas só sexo

não adianta.” Ele sublinha que um hipertenso que toma os remédios direitinho pode praticar sexo sem medo. Para quem não se trata a história é outra. “A pressão arterial de um homem de 50 anos, com sobrepeso e hipertensão sem controle, pode chegar a 26 por 11 durante a relação sexual.”

O presidente americano John Kennedy dizia ter dores de cabeça terríveis se não fizesse sexo todos os dias

“O ministro mencionou o sexo no contexto da atividade física”, diz Carlos Alberto Machado, um dos diretores da Sociedade Brasileira de Cardiologia, que estava em Brasília no lançamento do Programa Nacional de Combate à Hipertensão. Para manter um estilo de vida saudável, a OMS preconiza ao menos 30 minutos de atividade física em cinco dias da semana. Estratégias alternativas também ajudam a somar minutos de atividade física. Vale estacionar o carro a algumas quadras do trabalho e vencer o restante do percurso a pé. Vale subir alguns lances de escada. Vale pegar uma enxada e cuidar do jardim. Vale, claro, fazer sexo. Para colher os benefícios do sexo para a saúde, não é preciso transar cinco vezes por semana. Ainda bem. Essa média só é compatível com o desempenho declarado pelos brasileiros de 20 a 25 anos, segundo um estudo realizado em 2008 com 8.200 homens e mulheres em dez capitais. Na faixa dos 35 aos 40 anos, a frequência sexual declarada cai para duas a três vezes por semana. A partir dos 60 anos, as pessoas dizem que fazem sexo uma vez por semana ou a cada dez dias.

Aumentar essa média pode ser, sim, bom para a saúde. O dentista Gino Walbe Ornstein, de 48 anos, diz ter comprovado isso. Ele sofre de hipertensão desde os 37. Assim que recebeu o diagnóstico, tentou cortar os maus hábitos. Largou o cigarro, tirou o sal da comida, aderiu à prática de exercícios físicos. Mesmo assim, teve de recorrer a anti-hipertensivos. Há cinco anos sua pressão está controlada. Oscila entre 12 por 8 (o normal) e 13 por 9 (pré-hipertensão). Três vezes por semana, Ornstein corre e faz musculação. Está convencido, porém, de que sua melhor atividade física é o sexo. “Sinto um bem-estar muito grande, fico relaxado, menos estressado. É como se estivesse mais jovem.” Ele afirma fazer sexo três vezes por semana, pelo menos. Diz perceber a melhoria na saúde. Sua mulher concorda. Casada com ele há 24 anos, a criadora de cães Celina Maria, de 49, diz que a vida sexual ativa do casal facilitou o controle da pressão do marido. “Não sei se há relação direta, mas não tenho dúvida de que o sexo trouxe benefícios.” Celina percebe benesses em si mesma. “Sinto uma melhora geral. Na pele, no cabelo, no humor.”

Na faixa dos 35 aos 40 anos, a frequência sexual declarada cai para duas a três vezes por semana

O empresário Flávio Jayme, de 28 anos, vive desde 2005 com um parceiro de 34 anos. Enquanto apenas namoravam e moraram em cidades diferentes, Jayme diz que faziam sexo apenas uma ou duas vezes por mês. “Tinha pouco ânimo e praticamente me arrastava de casa para o trabalho.” Ele diz que, desde que moram juntos, fazem sexo três vezes por semana. E acha que essa é a causa de não pegar um resfriado forte há anos nem sentir mais crises de amigdalite. Não atribui tudo ao sexo, porém. “O sexo é muito importante, mas o bem-estar é reflexo da companhia, do carinho e do relacionamento.” Para a psiquiatra Mônica Mogadouro, de São Paulo, pelo menos no que se refere à saúde mental, os relacionamentos são mais importantes que o ato sexual. “Não acho que o sexo sem outros envolvimento faça bem”, diz ela. “O que eu vejo, na verdade, é que ele funciona como sintoma: adolescentes deprimidas é que saem transando com todo mundo.”

Do ponto de vista de saúde pública, estimular o sexo seguro é um bom recurso para conter o avanço da hipertensão. Segundo levantamentos do Ministério da Saúde, o número de adultos que receberam diagnóstico de hipertensão no país subiu de 21,5%, em 2006, para 24,4%, em 2009. As principais causas da doença são o consumo excessivo de sal (mais de 6 gramas por dia), o sobrepeso, o estresse, o tabagismo, a ingestão de álcool, o diabetes e o histórico familiar. Seus efeitos costumam ser nefastos. A hipertensão é responsável por 80% dos casos de derrame, 40% dos infartos, 40% dos casos de insuficiência cardíaca e 37% das insuficiências renais. Calcula-se que metade dos hipertensos nem saiba que tem a doença. Nesse cenário, a primeira dificuldade do Ministério da Saúde é convencer a população a adotar hábitos saudáveis. A segunda é convencer os hipertensos a tomar remédios. Hipertensão não é como uma úlcera, que dói e leva o doente a buscar o tratamento. Ela não tem sinal. “Os brasileiros têm um problema cultural em relação aos anti-hipertensivos”, diz o neurologista Antonio Cezar Galvão, do Hospital Nove de Julho, em São Paulo. “Tomam o remédio por um tempo e, quando a pressão baixa, abandonam o tratamento.” Os médicos dizem que convencer um hipertenso a tomar remédio é uma tarefa inglória. A abordagem da doença pelo lado do sexo – a forma de terapia mais agradável e menos intrusiva – pode conquistar a atenção dos doentes. Sexo ajuda.

O que o sexo faz por você

Os efeitos do ato sexual em nossa saúde ainda não foram totalmente esclarecidos. Mas há várias pistas

COMO O SEXO MEIXE COM SEU CORPO

O que acontece no organismo durante e depois do ato sexual

1 Cérebro

A região responsável pelas emoções é ativada quando a pessoa se aproxima do parceiro. Começa uma troca de informações químicas entre o cérebro, os órgãos dos sentidos e os sexuais

2 Testículos ou ovários

Recebem a informação do cérebro e aumentam a produção de testosterona - que favorece a liberação de dopamina no cérebro, elevando ainda mais o desejo sexual. Na mulher, a testosterona produzida nos ovários é depois convertida em estrôgeno

3 Rins

As glândulas suprarrenais, que ficam sobre os rins, liberam adrenalina no sangue. Isso aumenta a frequência cardíaca e estimula a circulação

4 Coração e circulação

Quando a pessoa fica excitada, as células dos genitais liberam óxido nítrico. Isso favorece a dilatação dos vasos sanguíneos e aumenta o fluxo de sangue

5 Cérebro, de novo

Nesse ciclo, o cérebro libera endorfina (hormônio capaz de aliviar sensações dolorosas) e oxitocina (que fortalece o vínculo afetivo). Depois do orgasmo, libera serotonina (responsável pelo bem-estar)



(1) Estudo Mosacco Brasil (2008), que contou com mais de 8.200 participantes entre homens e mulheres, em dez capitais pesquisadas

OS BENEFÍCIOS DO SEXO NO LONGO PRAZO...

...segundo alguns estudos



Saúde mental

Cientistas sugerem que a atividade sexual reduz a ansiedade, alivia o estresse e contribui para a autoestima. Pessoas sexualmente ativas também parecem ser menos vulneráveis à depressão e ao suicídio



Combate à dor

A endorfina, produzida pelo cérebro durante o sexo, é o maior analgésico natural do corpo humano. Sua ação se prolonga após o ato sexual. Ela pode ajudar a aliviar dores crônicas nas articulações, dores de cabeça, cólicas...



Proteção cardiovascular

O sexo é um exercício aeróbico. Eleva os batimentos cardíacos, como ocorre nas atividades físicas moderadas. As artérias se dilatam, o que aumenta a absorção de oxigênio



Musculatura trabalhada

Uma relação sexual não equivale exatamente a um treino de musculação bem feito. Dependendo das posições escolhidas, porém, é possível trabalhar as coxas, o dorso e o abdome



Sono dos anjos

O orgasmo favorece o relaxamento muscular. Provoca bem-estar e exaustão, que facilita o sono profundo. E o bom sono é crucial para a saúde



Imunidade reforçada

Alguns pesquisadores sugerem que fazer sexo uma ou duas vezes por semana fortalece o sistema imunológico. Dessa forma, o sexo ajudaria o corpo a combater resfriados e outras infecções



Menstruação regular

Estudos das Universidades Stanford e Colúmbia revelaram que mulheres que fazem sexo pelo menos uma vez por semana têm ciclos menstruais mais regulares



Próstata

Médicos sugerem que o câncer possa ser provocado por vírus. A ejaculação frequente seria um meio de eliminar da próstata concentrações grandes de vírus



Longevidade

Orgasmos frequentes têm sido relacionados ao aumento da longevidade. A explicação seria os benefícios do sexo para o coração e a imunidade



Controle do peso

Uma relação sexual consome, em média, 100 calorias. O esforço pode ser equivalente a um trote a 7,5 km por hora. E é bem mais divertido